

50 ANOS

 Multiplan

# 1T24

## Relatório de resultados

**Contato da Equipe de  
Relações com Investidores**

[ri.multipan.com.br](http://ri.multipan.com.br)  
[ri@multipan.com.br](mailto:ri@multipan.com.br)  
+55 21 3031-5400

## Aviso Legal

### Aviso Legal

Este documento pode conter considerações futuras que estão sujeitas a riscos e incertezas uma vez que se baseiam nas expectativas e metas da administração da Companhia, bem como nas informações disponíveis. A Companhia não está obrigada a atualizar tais afirmações. As palavras "antecipar", "desejar", "esperar", "prever", "pretender", "planejar", "prognosticar", "projetar", "objetivar" e termos similares são utilizados para identificar tais afirmações. A Companhia esclarece que não divulga projeções e/ou estimativas nos termos do artigo 21 da Resolução CVM nº 80/22 e, dessa forma, eventuais considerações futuras não representam qualquer guidance ou promessa de desempenho futuro. As expectativas da administração referem-se a eventos futuros que podem ou não vir a ocorrer. Nossa futura situação financeira, resultados operacionais, participação de mercado e posicionamento competitivo podem diferir substancialmente daqueles inferidos ou sugeridos em tais avaliações. Muitos dos fatores e valores que estabelecem esses resultados estão fora do controle ou da expectativa da Companhia. O leitor/investidor não deve basear-se exclusivamente nas informações contidas neste relatório para tomar decisões com relação à negociação de valores mobiliários de emissão da Multiplan. Este documento contém informações sobre projetos futuros que poderão tornar-se diversas devido a alterações nas condições de mercado, alterações de lei ou políticas governamentais, alterações das condições de operação do projeto e dos respectivos custos, alteração de cronogramas, desempenho operacional, demanda de lojistas e consumidores, negociações comerciais ou de outros fatores técnicos e econômicos. Tais projetos poderão ser modificados no todo ou parcialmente, a critério da Companhia, sem prévio aviso. As informações não contábeis não foram revisadas pelos auditores externos. Neste relatório, a Companhia optou por apresentar os saldos consolidados, de forma gerencial, de acordo com as práticas contábeis vigentes excluindo o CPC 19 (R2). Para maiores informações, favor consultar as Demonstrações Financeiras, o Formulário de Referência e outras informações relevantes disponíveis no nosso site de Relações com Investidores [ri.multiplan.com.br](http://ri.multiplan.com.br)

### Programas não patrocinados de *depository receipts*

Chegou ao conhecimento da Companhia que bancos estrangeiros implementaram ou pretendem implementar programas não patrocinados de certificados de depósito de valores mobiliários (*depository receipts*), nos EUA ou em outros países, com lastro em ações de emissão da Companhia (os "Programas Não Patrocinados"), tirando proveito do fato de que os relatórios da Companhia são usualmente divulgados no idioma inglês. A Companhia, no entanto, (i) não está envolvida nos Programas Não Patrocinados, (ii) desconhece os termos e condições dos Programas Não Patrocinados, (iii) não tem qualquer relacionamento com potenciais investidores no tocante aos Programas Não Patrocinados, (iv) não consentiu de forma alguma com os Programas Não Patrocinados e não assume qualquer responsabilidade em relação aos mesmos. Ademais, a Companhia ressalta que suas demonstrações financeiras são traduzidas e também divulgadas em inglês exclusivamente para o cumprimento das normas brasileiras, notadamente a exigência contida no item 6.2 do Regulamento de Listagem do Nível 2 de Governança Corporativa da B3 SA - Brasil, Bolsa, Balcão, que é o segmento de listagem do mercado em que as ações da Companhia são listadas e negociadas. Embora divulgadas em inglês, as demonstrações financeiras da Companhia são preparadas de acordo com a legislação brasileira, seguindo os Princípios Contábeis Geralmente Aceitos no Brasil (BR GAAP), que podem diferir dos princípios contábeis geralmente aceitos em outros países. Por fim, a Companhia chama a atenção de potenciais investidores para o artigo 51 do seu Estatuto Social, o qual, em síntese, prevê expressamente que qualquer litígio ou controvérsia que possa surgir entre a Companhia, seus acionistas, membros do Conselho de Administração, diretores e membros do Conselho Fiscal com relação às matérias previstas em tal dispositivo devem ser submetidas à arbitragem perante a Câmara de Arbitragem do Mercado, no Brasil. Portanto, ao optar por investir em qualquer Programa Não Patrocinado, o investidor o faz por seu próprio critério e risco e também estará sujeito ao disposto no artigo 51 do Estatuto Social da Companhia.

## Aviso Legal

### Relatório Gerencial

Durante o exercício de 2012, o Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) emitiu os seguintes pronunciamentos que afetam as atividades da Companhia e suas controladas, dentre outros, o CPC 19 (R2) - Negócios em Conjunto.

Esse pronunciamento passou a ter sua aplicação para os exercícios iniciados a partir de 1º de janeiro de 2013. O pronunciamento determina, dentre outras coisas, que empreendimentos controlados em conjunto sejam registrados nas demonstrações financeiras através do método de equivalência patrimonial. Até setembro de 2023, a Multiplan tinha uma joint venture em uma empresa que detinha 100% do Parque Shopping Maceió. Portanto, a Companhia deixa de consolidar proporcionalmente os 50% de participação na Parque Shopping Maceió S.A., empresa detentora de 100% do shopping center do mesmo nome. Desde outubro de 2023, a Companhia não possui Joint Venture, conforme previsto no CPC 19 (R2).

Os relatórios anteriores adotavam o formato de informações gerenciais e, por esse motivo, não consideravam aplicáveis os requisitos do CPC 19 (R2). Assim, as informações e/ou análises de desempenho aqui apresentadas incluem a consolidação proporcional do Parque Shopping Maceió S.A. para o período entre janeiro de 2013 a setembro de 2023. Para informações adicionais, consultar a nota 8.4 das Demonstrações Financeiras de 31 de março de 2024.

A Multiplan está apresentando seus resultados trimestrais em formato gerencial para fornecer ao leitor dados operacionais mais completos. Favor acessar seu website [ri.multiplan.com.br](http://ri.multiplan.com.br) para consultar suas Demonstrações Financeiras de acordo com o Comitê de Pronunciamentos Contábeis - CPC.


Favor consultar a página 56 para uma breve descrição das mudanças determinadas pelo Pronunciamento Contábil CPC 19 (R2), e a conciliação entre os números contábeis e gerenciais.



# Sumário

sumário

- 5** Visão Geral
- 6** Destaques
- 13** Inovação Digital
- 15** ESG
- 18** MULT3 e o Mercado de Ações
- 20** Demonstração Result. Consolidados
- 21** Indicadores Operacionais
- 25** Estudo de caso: New York City Center
- 33** Receitas
- 38** Despesas
- 39** Resultado Operacional Líquido (NOI)
- 41** Resultados de Empreendimentos Imobiliários
- 42** Resultados Financeiros
- 47** Capex
- 48** Análise das Propriedades para investimento
- 50** Portfólio de Ativos
- 52** Estrutura Societária
- 54** Anexos
- 60** Glossário

 Park Jacarepaguá  
Multiplan

# Visão Geral

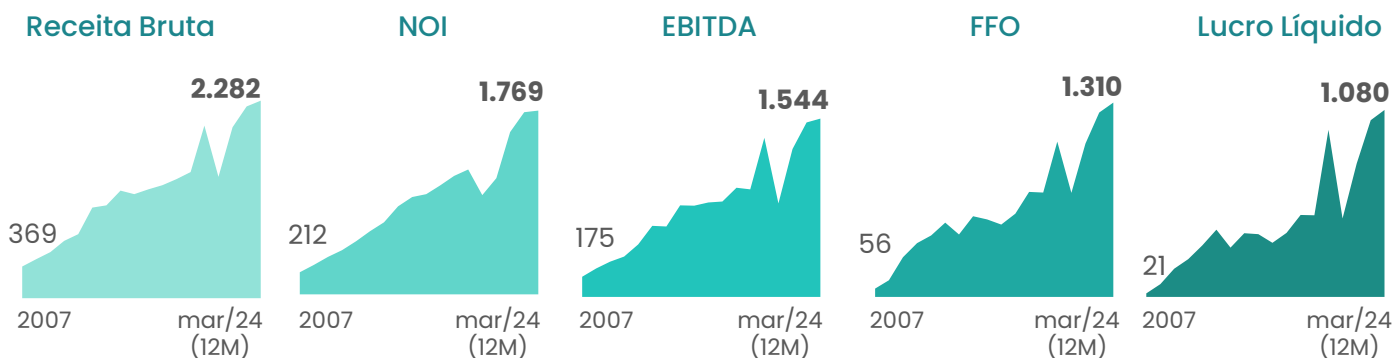
A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A., é uma das maiores empresas de shopping centers do Brasil, fundada como uma empresa *full service*, responsável pelo planejamento, desenvolvimento, propriedade e administração de um dos maiores e melhores portfólios de shopping centers do Brasil.

A Companhia também participa estrategicamente do setor de desenvolvimento de imóveis comerciais e residenciais, gerando sinergias para seus shopping centers ao criar projetos multiuso em áreas adjacentes.

Ao final do 1T24, a Multiplan possuía e administrava 20 shoppings centers, totalizando 880.350 m<sup>2</sup> de ABL, com participação média de 81,1%, abrangendo cerca de 6.000 lojas.

Além disso, a Multiplan possui – com participação média de 92,1% – dois complexos corporativos com ABL total de 50.582 m<sup>2</sup>, levando a uma ABL total do portfólio de 930.932 m<sup>2</sup>.

## EVOLUÇÃO FINANCEIRA DE LONGO PRAZO (R\$ Milhões)



R\$ Milhões	2007 <sup>1</sup> (IPO)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	mar/24 (12M)	Var. '07-'23	CAGR '07-'23
<b>Vendas<sup>2</sup></b>	4.244	5.070	6.109	7.476	8.461	9.723	11.384	12.760	13.338	13.726	14.657	15.470	16.304	10.253	14.598	20.016	21.928	22.417	+416,7%	+10,8%
<b>Receita Bruta</b>	368,8	452,9	534,4	662,6	742,2	1.048,0	1.074,6	1.245,0	1.205,2	1.257,5	1.306,2	1.378,9	1.460,2	1.995,1	1.404,5	1.975,1	2.217,0	2.282,4	+501,2%	+11,9%
<b>NOI</b>	212,1	283,1	359,4	424,8	510,8	606,9	691,3	846,1	934,8	964,6	1.045,5	1.138,1	1.201,2	953,4	1.118,9	1.561,2	1.752,2	1.768,6	+726,2%	+14,1%
<b>EBITDA</b>	175,1	247,2	304,0	350,2	455,3	615,8	610,7	793,7	789,2	818,3	825,5	946,9	932,1	1.377,1	810,8	1.280,1	1.510,9	1.544,0	+762,8%	+14,4%
<b>FFO</b>	56,1	112,5	266,6	363,0	414,6	501,0	421,0	543,7	522,8	487,7	561,3	707,4	703,4	1.047,0	702,0	1.032,5	1.243,0	1.309,5	+2.115,7%	+21,4%
<b>Lucro Líquido</b>	21,2	74,0	163,3	218,4	298,2	388,1	284,6	368,1	362,2	311,9	369,4	472,9	471,0	964,2	453,1	769,3	1.020,4	1.080,2	+4.723,2%	+27,4%

<sup>1</sup> Os resultados de 2007 foram calculados de acordo com a metodologia atual. Para mais detalhes, por favor acesse a Planilha de Fundamentos da Companhia.

<sup>2</sup> Vendas totais dos lojistas (base 100%).



## Destques

### A magia de comemorar 50 anos

Desde 1974, a Multiplan e seus shoppings se dedicam a superar expectativas, encantar e trazer magia para a vida das pessoas.

Esse sentimento inspirou a campanha de 50 anos, que celebra a magia de cada momento da nossa história.

# 50 ANOS

Multiplan

Assista ao [vídeo](#) e sinta a emoção



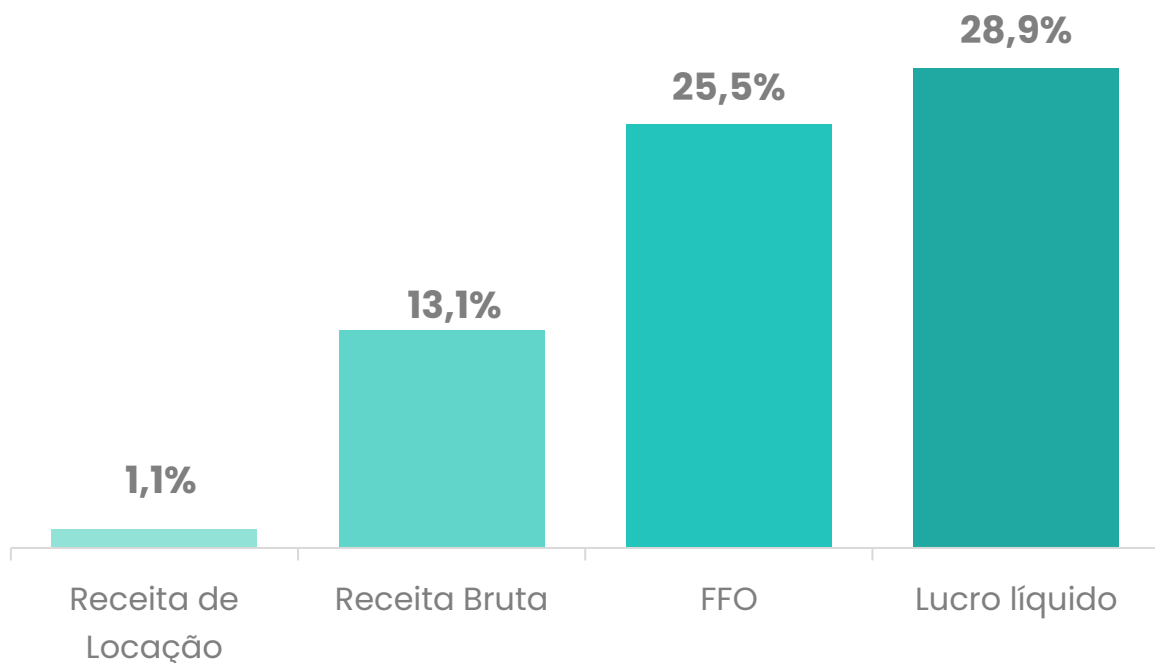
## Destques

### Quatro trimestres consecutivos com crescimento de dois dígitos

Durante um ano inteiro, o IGP-DI foi negativo e, durante um ano inteiro, em todos os trimestres, a receita da Multiplan cresceu dois dígitos.

A receita bruta cresceu 13,1% no 1T24 em relação ao ano anterior, alavancada pelo aplicativo Multi e pelo Projeto Golden Lake, enquanto despesas bem comportadas e eficiências, como a redução de 5,8% nas despesas de propriedades, levaram a um crescimento do lucro líquido ainda maior: +28,9% vs. o 1T23.

Esses resultados reforçam a estratégia de alocação de capital da Multiplan de investir em seus próprios ativos e devolver capital aos acionistas por meio de recompra de ações e distribuição de juros sobre capital próprio.



## Destaque

### Vendas aumentam, custo de ocupação diminui

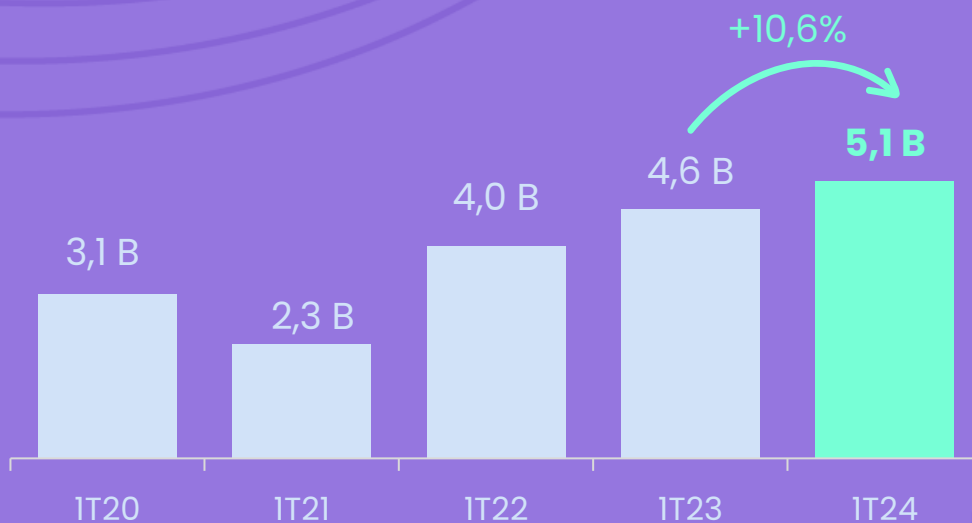
A Multiplan iniciou o ano apresentando crescimento de vendas de dois dígitos.

No 1T24, as vendas cresceram em todos os 20 shoppings da Companhia, atingindo um crescimento de 10,6% em relação ao ano anterior.

Melhorias no mix, eventos, aplicativo Multi e investimentos em nossos shoppings foram alguns dos principais impulsionadores desse desempenho.

O aumento de vendas de dois dígitos com a inflação negativa (IGP-DI) aliado à eficiência dos encargos comuns levaram a uma queda de 105 p.b. no custo de ocupação de 15,0% para 14,0%.

#### Vendas trimestrais dos lojistas (R\$)





## Destaque

### Uma história consistente de crescimento de dois dígitos

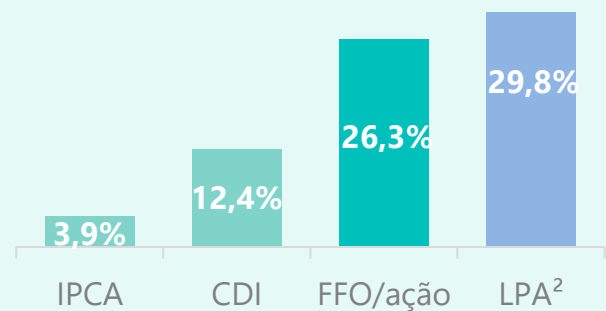
A Multiplan tem crescido de forma consistente, ao mesmo tempo em que retorna capital aos acionistas.

O FFO e o lucro por ação (LPA) têm apresentado CAGR<sup>1</sup> de dois dígitos e continuam acelerando.

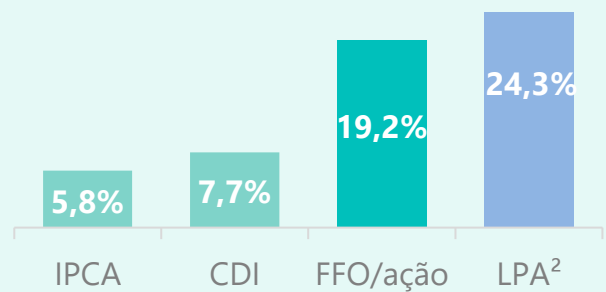
O FFO atingiu R\$327,5 milhões no 1T24, 25,5% acima do 1T23, enquanto o lucro líquido foi de R\$267,0 milhões, 28,9% superior ao 1T23.

Nos últimos 12 meses, a Companhia gerou FFO de R\$1,3 bilhão, evidenciando sua capacidade de geração de caixa e seu crescimento consistente baseado em sua diligente estratégia de alocação de capital.

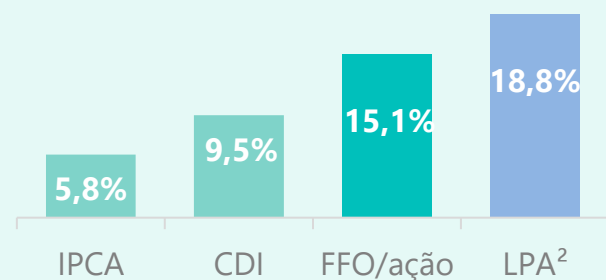
#### Crescimento FFO/ação e LPA<sup>2</sup> (1T24 vs. 1T23)



#### CAGR<sup>1</sup> FFO/ação e LPA<sup>2</sup> (1T24 vs. 1T19)



#### CAGR<sup>1</sup> FFO/ação e LPA<sup>2</sup> (1T24 vs. 1T08, desde o IPO<sup>3</sup>)



<sup>1</sup> CAGR (Compound Annual Growth Rate) se refere a taxa de crescimento anual composta. <sup>2</sup> LPA se refere ao Lucro por Ação. <sup>3</sup> O IPO (abertura de capital) da Multiplan ocorreu em Julho de 2007. A comparação é feita com o 1T08, pois foi o primeiro 1T após o IPO.

# Destaques

cinco

## As quatro estratégias de criação de valor do Multi

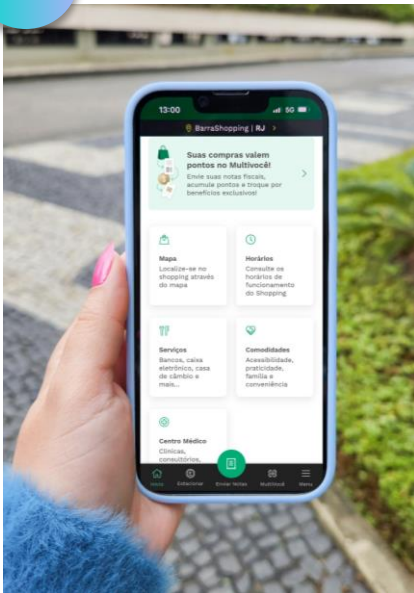
Desde a sua criação, o aplicativo Multi se baseou em quatro estratégias de criação de valor muito claras, gerando: (i) comodidade para nossos clientes, (ii) vendas para nossos lojistas, (iii) eficiência para nossos shoppings e (iv) dados para a Multiplan.

A Companhia entregou essas metas, comprovadas pelos mais de 6 milhões de *downloads* e avaliações positivas do Multi e, que agora geram parcerias de sucesso com o aplicativo, potencializando uma nova estratégia de criação de valor.

Estas parcerias estão gerando receitas, sendo um contribuidor importante para o crescimento de dois dígitos da nossa receita líquida.

1

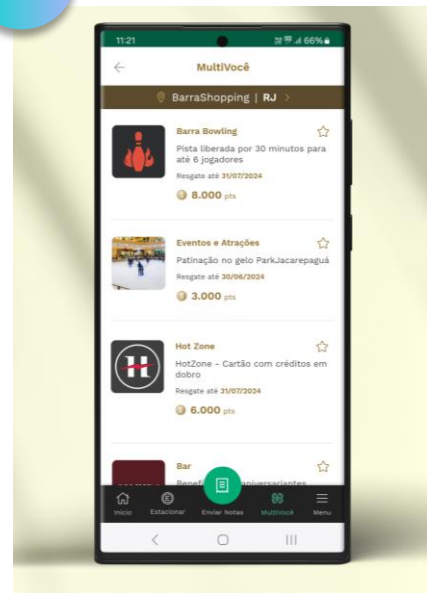
### Comodidade para nossos clientes



Diferentes funcionalidades dentro do aplicativo Multi

2

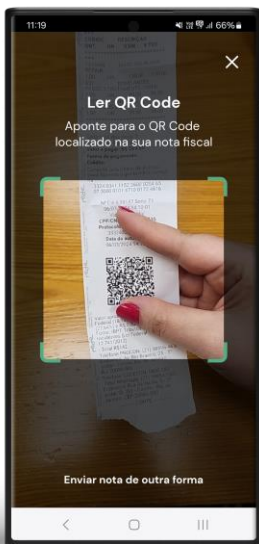
### Vendas para nossos lojistas



Cupons disponíveis no programa de fidelidade MultiVocê

3

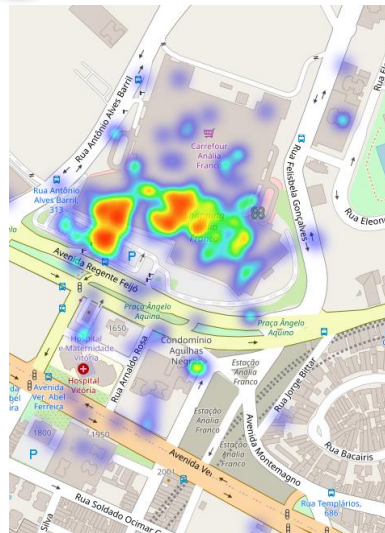
### Eficiência para os nossos shoppings



Cadastro de notas fiscais no aplicativo Multi

4

### Dados para a Multiplan



Mapa de calor indicando a concentração de clientes utilizando um cupom Multi

5

### + 5. Receitas de parcerias



Pistas free flow no BarraShopping

## Destques



Ilustração do projeto de expansão do Parque Shopping Maceió

## Eventos recentes: Expandindo e adquirindo uma participação minoritária com crescimento de um *greenfield*

Em abril de 2024, a Multiplan anunciou que exerceu o seu direito de preferência relacionado à aquisição dos 9,0% restantes de participação no **Park Jacarepaguá**.

O preço foi 13,3% abaixo do seu custo histórico de desenvolvimento para um ativo que apresenta grande potencial de crescimento, indicando uma estratégia de alocação de capital da Companhia que gera valor.

A Multiplan também anunciou o primeiro projeto de expansão do **Parque Shopping Maceió**.

O projeto adicionará cerca de 5.500 m<sup>2</sup> de ABL integrando o Centro Médico à praça de alimentação por meio de 45 novas lojas.

O projeto, com investimento total estimado em R\$55,4 milhões, tem inauguração prevista para 2025.



## Destaque

### Eventos recentes: Colhendo frutos dos nossos terrenos

Também em abril, a Multiplan anunciou a venda de dois terrenos adjacentes ao RibeirãoShopping (links para os comunicados de [11 de abril](#) e [15 de abril](#)).

As vendas deverão fomentar o crescimento contínuo do entorno do shopping com projetos multiuso, criando sinergias entre os imóveis que deverão levar ao aumento do fluxo de pessoas e das vendas.

Todos esses terrenos fazem parte de um banco de terrenos de 682.711 m<sup>2</sup> ao final do IT24 destinado a projetos multiuso a serem desenvolvidos no entorno dos shoppings da Companhia.

Terrenos vendidos no entorno do RibeirãoShopping



Venda de terrenos com 35.051 m<sup>2</sup> de acordo com Comunicados ao Mercado de 11 e 15 de abril de 2024

Área verde com 6.406 m<sup>2</sup>

## Inovação Digital

### Superapp Multi

O *superapp* Multi, aplicativo oficial dos 20 shoppings da Multiplan, vem se tornando a cada ano mais relevante para os frequentadores dos empreendimentos da Companhia.

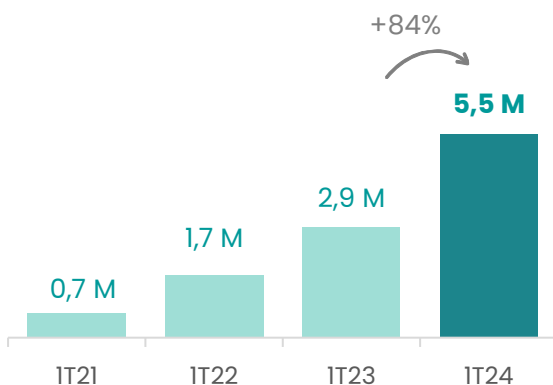
Para tanto, uma das vertentes da estratégia digital da Multiplan é antecipar tendências e manter o Multi um passo à frente em conveniência e praticidade.

A estratégia tem dado certo. No primeiro trimestre de 2024, o Multi apresentou um aumento de 84% em acessos e dobrou a quantidade de novos cadastros, frente ao mesmo período do ano anterior.

Esse crescimento é seguido pelo número de usuários únicos visitando o aplicativo, que teve um aumento de quase 60% no 1T24 em comparação ao 1T23.

Tais resultados são expressivos, mas mostram-se ainda melhores quando avaliados no tempo. A consistência no crescimento do Multi tem sido notável. Se compararmos as mesmas métricas desde 2021, os números têm apresentado desempenhos superiores a cada ano.

Número de acessos



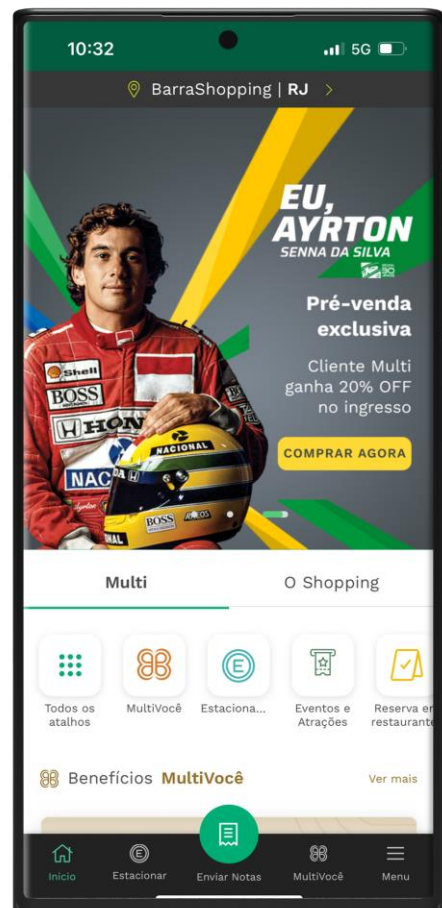
O Multi apresentou 84% de crescimento no volume de *downloads* no 1T24 vs. o 1T23, e já ultrapassa os 6 milhões de *downloads* acumulados.

O desempenho do aplicativo deve-se a todo o investimento em uma jornada *phygital* do frequentador do shopping, antes, durante e depois de sua visita. Exemplos de funcionalidade que criam comodidade para os clientes da Companhia são as relacionadas a estacionamento, eventos e o programa de relacionamento MultiVocê.

Mais de 6 milhões  
*downloads*  
acumulados

+ 100%  
de **cadastros**  
no 1T24 vs. 1T23

+ 60%  
de **usuários únicos**  
no 1T24 vs. 1T23



## Inovação Digital

### Acesso Multi e Free Flow

No IT24, 13 shoppings da Multiplan foram convertidos ao modelo *free flow*, totalizando 19 shoppings oferecendo esta comodidade. Clientes podem aderir ao Acesso Multi para ter pagamento automático, retirar tíquetes ou usar suas placas para pagar nos totens de pagamento ou pelo aplicativo.

O Acesso Multi ultrapassou a marca de 600 mil usuários cadastrados, registrando forte adesão dos clientes mais frequentes dos shoppings da Companhia, sendo visto como uma maneira conveniente e rápida de acessar, sair e pagar o estacionamento.

As principais operadoras de *tags* de estacionamento aderiram ao Acesso Multi como opção de meio de pagamento, possibilitando uma rápida habilitação do Acesso Multi por parte de seus usuários.

Na primeira quinzena de abril, cerca de 44% das transações de estacionamento do portfólio foram realizadas de forma digital, ou seja, através do Acesso Multi ou de forma avulsa pelo aplicativo. Ainda em abril, diversos shoppings já ultrapassaram a marca de 50% dos pagamentos de forma digital.

### Eventos

A área de eventos do Multi foi desenvolvida de modo a permitir que os clientes acompanhem a programação de cada shopping de sua preferência. É possível, ainda, comprar ingressos ou se inscrever antecipadamente para os eventos diretamente pelo aplicativo, sejam eles direcionados ao público infantil ou adulto. Um dos destaques no IT24 foram os eventos de Páscoa, que geraram um acréscimo de 132% nos acessos ao aplicativo Multi no período.

### MultiVocê

O Programa de Relacionamento MultiVocê vem se tornando cada vez mais relevante na rotina dos clientes dos shoppings da Multiplan. No primeiro trimestre de 2024, o registro de notas fiscais para pontuar no programa triplicou, atingindo um aumento de 223% frente ao mesmo período do ano anterior.

**44% das transações de estacionamento de forma digital**

**19 shoppings com entradas 100% free flow**



## ESG: destaques do IT24

ESG (Ambiental, Social e Governança)

### Mais um ano para causar um impacto positivo

O ano de 2024 começou com novas iniciativas da Multiplan e de seus shoppings para apoiar as comunidades locais, seus colaboradores e visitantes dos shoppings.

Ao longo dos seus 50 anos, um dos pilares da estratégia ESG da Companhia é melhorar a qualidade de vida das pessoas.

### Projeto de Escolarização é ampliado para sete novos shoppings

O primeiro trimestre marcou o início das aulas do Projeto de Escolarização da Multiplan em sete novos shoppings. A Companhia conta hoje com 10 shoppings executando o projeto.

Criado em 2006, no BarraShopping, por meio de aulas presenciais e seguindo a estrutura curricular da Secretaria de Educação, a expectativa é que, até o final de 2024, todos os 20 shoppings da Companhia façam parte do programa, impactando cerca de 1.000 pessoas em cada ciclo de aula.



ShoppingVilaOlimpia

### DiamondMall participa de campanha de doação de material escolar

Com o objetivo de promover um ambiente educativo mais igualitário, o DiamondMall foi um dos pontos de arrecadação da campanha solidária "Volta às Aulas", desenvolvida em parceria com a SSA-Servas, uma agência de assistência social.

A ação teve como objetivo arrecadar 20 mil itens de material escolar, como cadernos, lápis e canetas, que foram distribuídos para instituições que atendem crianças e adolescentes de comunidades carentes do estado de Minas Gerais, onde o shopping está localizado.



DiamondMall

### BH Shopping promove treinamento em Libras para colaboradores

Com o objetivo de ampliar sua capacidade de atendimento a pessoas com deficiência auditiva, o BH Shopping iniciou programas de capacitação de funcionários em Libras, a língua brasileira de sinais.

As aulas, com duração de quatro meses, são oferecidas a profissionais do shopping que atuam em áreas de contato direto com os clientes, incluindo seguranças, funcionários de estacionamento, marketing, atendimento, qualidade e serviços gerais.



BH Shopping - treinamento em Libras

## ESG: destaques do IT24

ESG (Ambiental, Social e Governança)

### “Arrecadômetro” de Natal beneficia comunidades

Em dez/23, os shoppings da Companhia realizaram uma campanha de arrecadação de Natal para beneficiar pessoas em condições de vulnerabilidade social.

Para cada nota fiscal cadastrada pelos consumidores no aplicativo Multi, os shoppings doaram R\$0,10 para instituições sociais parceiras e a Multiplan dobrou o valor arrecadado ao final da campanha.

A partir de jan/24, algumas instituições começaram a receber os frutos da campanha:

- ParkShoppingBarigüi: doou cerca de R\$90 mil ao Instituto TMO, instituição beneficente que acolhe transplantados de medula óssea no Hospital de Clínicas, em Curitiba;
- DiamondMall, Pátio Savassi e BH Shopping: doaram R\$85 mil ao Instituto Mano Down, instituição sem fins lucrativos de Belo Horizonte, que desenvolve projetos com foco na busca de autonomia para pessoas com síndrome de Down;
- ParkShopping: arrecadou mais de R\$345 mil com as ações solidárias realizadas ao longo do período natalino de 2023;
- ShoppingAnáliaFranco: entregou 1.000 cestas básicas ao Hospital Santa Marcelina, principal hospital da Zona Leste de São Paulo.



ParkShopping – Doação do “Arrecadômetro” de Natal

### Multiplan comemora Dia da Mulher com atividades para colaboradores

Em março, em comemoração ao Dia Internacional da Mulher, a Multiplan promoveu uma série de atividades para seus colaboradores.

Na praia da Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, os colaboradores desfrutaram de práticas de yoga, além de um café da manhã *gourmet*, seguido de treinamento funcional leve.

Além disso, com o objetivo de valorizar a sensibilidade e a energia vibrante feminina, a exposição “Mulheres que fazem a nossa história” expôs, na sede da Companhia, fotos de colaboradoras captadas no evento na praia.



Multiplan – Evento do Dia da Mulher

### Palestras sobre educação financeira

A Multiplan iniciou, no final de 2023, uma série de palestras sobre educação financeira aos seus colaboradores. O objetivo é conscientizar sobre a importância de manter o controle das finanças pessoais, transmitindo dicas e orientações para a gestão do uso responsável do dinheiro de forma prática e dinâmica.



## ESG: destaques do IT24

ESG (Ambiental, Social e Governança)

### Feiras de adoção de animais e doações de sangue nos shoppings da Multiplan

Ao longo dos anos, os shoppings da Multiplan se tornaram pontos de doação de sangue, com centenas de eventos realizados com o objetivo de arrecadar bolsas de sangue para os hemocentros locais.

Até o momento, em 2024, foram coletadas 1.203 bolsas de sangue ajudando a salvar mais de 4.000 vidas.

Adicionalmente, os shoppings da Companhia realizam constantemente feiras de adoção de animais de estimação, com o objetivo de encontrar um novo lar para animais abandonados. Os eventos são realizados em parceria com ONGs líderes nas comunidades, que entrevistam potenciais tutores antes de realizar a adoção. Até o momento, foram adotados 98 pets em 2024.

**Evento de Adoção de Cães e Gatos**

Dia **24/02**, das **10h às 18h**

**Adoção Gratuita\***

- Todos os cachorros e gatos são castrados, vacinados, microchipados e vermifugados.
- Presença de Veterinário no local para dúvidas.

📍 **Estacionamento externo** próximo ao Atrium

\*Adoção gratuita mediante entrevista



MorumbiShopping – Cartaz de adoção de animais



ParkShopping – Estação de tratamento de água

### ParkShopping recebe Prêmio “Guardião da Água”

O ParkShopping, em Brasília, conquistou o Prêmio “Guardião da Água”, concedido anualmente pela Agência Reguladora de Águas, Energia e Saneamento Básico do Distrito Federal – Adasa, que homenageia empresas que se destacam por práticas e iniciativas de economia de água no Distrito Federal.

A estação de tratamento de água do shopping trata todos os efluentes descartados no shopping. Assim, o sistema de esgoto da cidade deixa de receber as emissões decorrentes do descarte de banheiros, restaurantes e outros, que totalizaram 96,6 mil metros cúbicos de efluentes em 2023.

A água tratada é armazenada e reutilizada para jardinagem e sistema de ar condicionado, entre outros usos, já que 100% do esgoto produzido nas dependências do ParkShopping passou a ser tratado por um sistema eficiente.

### 2ª edição da “Jornada Jurídica” aborda oportunidades do setor

A equipe Jurídica da Multiplan realizou a segunda edição do programa “Jornada Jurídica”, fórum para discussão de temas relevantes do cenário jurídico e empresarial do segmento de shopping centers.

Durante o evento, diversos assuntos foram abordados, por meio de ciclos de palestras sobre temas como Inteligência Artificial, Segurança Jurídica em Contratos de Aluguel, Blockchain, Criptoativos e NFTs.



MorumbiShopping – Doação de sangue

# MULT3 e o Mercado de ações

## MULT3 no mercado de ações

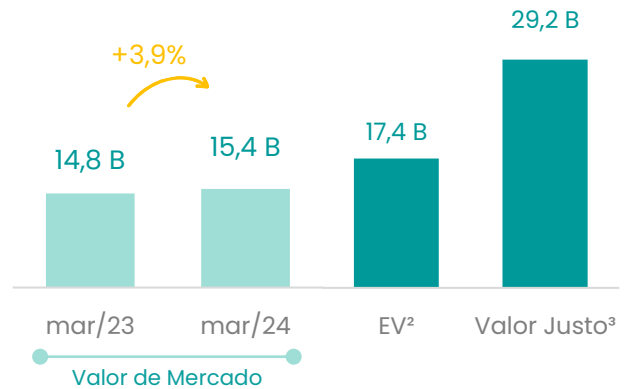
A MULT3 estava cotada a R\$25,59 no final de mar/24, 3,9% superior quando comparado ao final de mar/23. O volume médio diário negociado foi de R\$97,2 milhões no 1T24 (equivalente a US\$19,6 milhões<sup>1</sup>), uma redução de 15,5% quando comparado ao volume médio diário do 1T23. A média diária de negócios atingiu 18.629 no 1T24, queda de 1,3% na comparação anual.

Em 31 de março de 2024, o Sr. e a Sra. Peres detinham 25,2% das ações da Companhia, direta ou indiretamente, e o Ontario Teachers' Pension Plan detinha 27,4%.

O *free float* era equivalente a 44,1% do total de ações, enquanto o somatório da Administração e Tesouraria da Multiplan representava 3,3%.

Ao final do trimestre, a MULT3 estava listada em 146 índices, entre eles o Índice Ibovespa (IBOV), Índice Brasil 50 (IBRX50), Índice Carbono Eficiente (ICO2), Índice Imobiliário (IMOB) e Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada (IGCX).

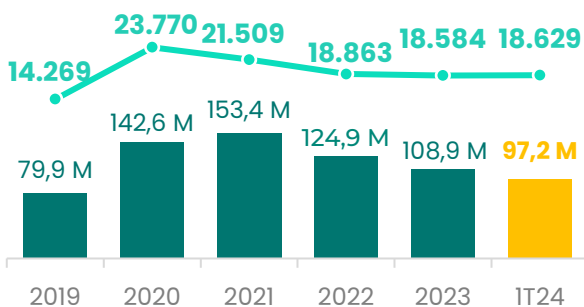
## Valor da Multiplan (R\$)



<sup>1</sup>Com base na taxa de câmbio média do Banco Central do Brasil de R\$4,951/USD no 1T24. <sup>2</sup>Valor da Empresa (EV): Valor de mercado + dívida líquida em 31 de março de 2024. <sup>3</sup>Valor Justo das Propriedades calculado conforme metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 31 de março de 2024.

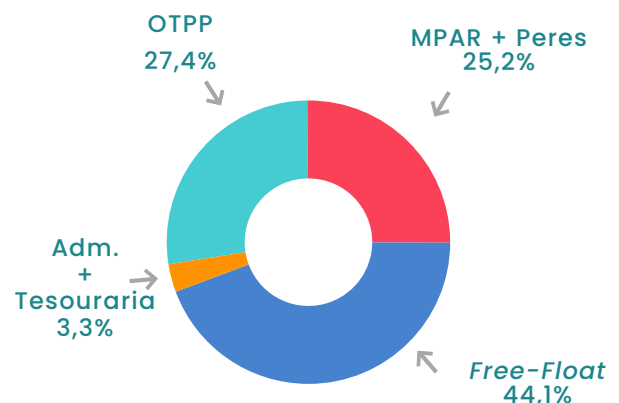
MULT3 na B3	1T24	1T23	Var.%
Preço de fechamento médio (R\$)	26,91	23,50	+14,5%
Preço de fechamento (R\$) – fim do período	25,59	24,64	+3,9%
Valor médio diário negociado (R\$)	97,2 M	115,0 M	-15,5%
Volume médio diário negociado (nº ações)	3.643.033	4.896.111	-25,6%
Média diária do número de negociações	18.629	18.869	-1,3%
<b>Valor de mercado (R\$) – fim do período</b>	<b>15.373,5 M</b>	<b>14.802,7 M</b>	<b>+3,9%</b>

## Evolução do volume médio de ações negociadas<sup>4</sup>



■ Volume médio diário de negociações (R\$)  
 ● Número médio diário de negociações

## Estrutura societária em 31 de março de 2024



<sup>4</sup>Ajustado pelo desdobramento de ações na proporção de um para três (1:3) ações do mesmo tipo e classe em 2018.

# MULT3 e o Mercado de ações

## Recompra de ações consistente e contínua

Ao longo do 1T24, a Companhia recomprou 1,3 milhão de ações (0,5% do *free float*).

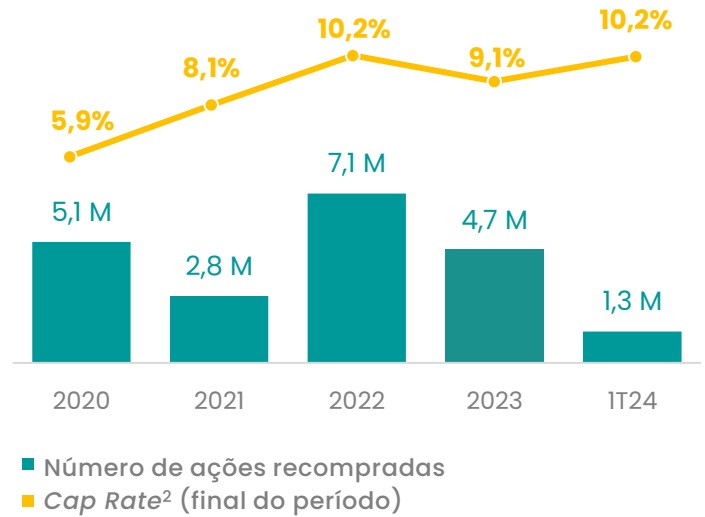
Desde 2020, a Companhia recomprou 21,0 milhões de ações. A recompra, além do crescimento do lucro líquido, aumentou o CAGR<sup>1</sup> do LPA<sup>1</sup> em 18,8% desde mar/19 (12M).

Durante este período, as constantes recompras de ações, combinadas com o crescimento do lucro líquido, ano após ano, provaram ser um poderoso instrumento para aumentar o lucro por ação dos acionistas.

Além dos R\$34,0 milhões investidos em recompra de ações no 1T24, a Companhia anunciou a distribuição de R\$90,0 milhões em juros sobre capital próprio (JCP) (página 45).

<sup>1</sup>LPA significa Lucro por ação. CAGR significa Taxa Composta de Crescimento Anual.

## Evolução do programa de recompra e *Cap Rate*<sup>2</sup>

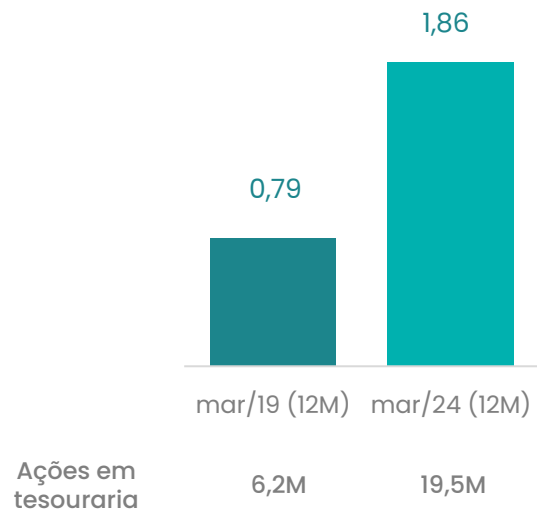


<sup>2</sup> *Cap Rate* calculado com base no NOI anual dividido pelo Valor da Empresa (*Enterprise Value*) da Companhia.



## Lucro por ação<sup>3</sup> (LPA)

CAGR<sup>1</sup> do LPA: +18,8%  
CAGR do CDI: +7,7%  
CAGR do IPCA: +5,8%



<sup>3</sup> Inclui ações recompradas no período.



# Demonstração de Resultados Consolidados

## Gerencial

### Demonstração de resultados

(R\$'000)	1T24	1T23	Var. %	mar/24 (12M)	mar/23 (12M)	Var. %
Receita de locação	388.493	384.418	+1,1%	1.690.955	1.636.095	+3,4%
Receita de serviços	39.603	35.591	+11,3%	161.425	126.155	+28,0%
Receita de cessão de direitos	5.348	(1.408)	n.d.	329	(5.989)	n.d.
Receita de estacionamento	68.168	63.782	+6,9%	298.494	264.382	+12,9%
Venda de imóveis	22.196	10.367	+114,1%	104.555	49.039	+113,2%
Apropriação de receita de aluguel linear	5.491	212	+2.491,1%	(35.796)	(67.747)	-47,2%
Outras receitas	34.683	5.607	+518,6%	62.463	17.990	+247,2%
<b>Receita Bruta</b>	<b>563.981</b>	<b>498.568</b>	<b>+13,1%</b>	<b>2.282.426</b>	<b>2.019.925</b>	<b>+13,0%</b>
Tributos sobre receitas	(40.363)	(27.009)	+49,4%	(174.227)	(143.869)	+21,1%
<b>Receita Líquida</b>	<b>523.619</b>	<b>471.560</b>	<b>+11,0%</b>	<b>2.108.198</b>	<b>1.876.056</b>	<b>+12,4%</b>
Despesas de sede	(46.193)	(44.218)	+4,5%	(201.548)	(178.481)	+12,9%
Remuneração baseada em ações	(18.078)	(9.897)	+82,7%	(64.346)	(38.495)	+67,2%
Despesas de propriedades	(43.048)	(45.684)	-5,8%	(185.041)	(211.266)	-12,4%
Despesas de projetos para locação	(1.271)	(605)	+110,2%	(6.411)	(2.721)	+135,6%
Despesas de projetos para venda	(4.669)	(6.686)	-30,2%	(20.087)	(28.257)	-28,9%
Custo de imóveis vendidos	(16.806)	(6.925)	+142,7%	(71.299)	(34.292)	+107,9%
Resultado de equivalência patrimonial	(37)	-	n.d.	(45)	(1.826)	-97,6%
Outras receitas (despesas) operacionais	(2.694)	149	n.d.	(15.403)	(38.283)	-59,8%
<b>EBITDA</b>	<b>390.824</b>	<b>357.693</b>	<b>+9,3%</b>	<b>1.544.018</b>	<b>1.342.433</b>	<b>+15,0%</b>
Receitas financeiras	48.732	36.318	+34,2%	154.887	153.074	+1,2%
Despesas financeiras	(84.861)	(103.593)	-18,1%	(349.624)	(408.486)	-14,4%
Depreciações e amortizações	(34.566)	(46.599)	-25,8%	(137.598)	(203.052)	-32,2%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>320.129</b>	<b>243.820</b>	<b>+31,3%</b>	<b>1.211.683</b>	<b>883.969</b>	<b>+37,1%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(21.665)	(29.156)	-25,7%	(75.438)	(71.772)	+5,1%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(31.397)	(7.424)	+322,9%	(55.861)	(7.177)	+678,4%
Participação dos acionistas minoritários	(39)	(36)	+8,4%	(167)	(142)	+17,6%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>267.028</b>	<b>207.202</b>	<b>+28,9%</b>	<b>1.080.217</b>	<b>804.879</b>	<b>+34,2%</b>

(R\$'000)	1T24	1T23	Var. %	mar/24 (12M)	mar/23 (12M)	Var. %
<b>NOI</b>	<b>419.104</b>	<b>402.728</b>	<b>+4,1%</b>	<b>1.768.612</b>	<b>1.621.464</b>	<b>+9,1%</b>
Margem NOI	90,7%	89,8%	+87 p.b.	90,5%	88,5%	+206 p.b.
<b>EBITDA de Propriedades<sup>1</sup></b>	<b>395.528</b>	<b>363.229</b>	<b>+8,9%</b>	<b>1.557.459</b>	<b>1.369.256</b>	<b>+13,7%</b>
Margem EBITDA de Propriedades <sup>1</sup>	78,6%	78,7%	-3 p.b.	77,4%	74,8%	+262 p.b.
<b>EBITDA</b>	<b>390.824</b>	<b>357.693</b>	<b>+9,3%</b>	<b>1.544.018</b>	<b>1.342.433</b>	<b>+15,0%</b>
Margem EBITDA	74,6%	75,9%	-121 p.b.	73,2%	71,6%	+168 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>267.028</b>	<b>207.202</b>	<b>+28,9%</b>	<b>1.080.217</b>	<b>804.879</b>	<b>+34,2%</b>
Margem Líquida	51,0%	43,9%	+706 p.b.	51,2%	42,9%	+834 p.b.
<b>Fluxo de Caixa Operacional (FFO)</b>	<b>327.500</b>	<b>261.014</b>	<b>+25,5%</b>	<b>1.309.472</b>	<b>1.082.854</b>	<b>+20,9%</b>
Margem FFO	62,5%	55,4%	+719 p.b.	62,1%	57,7%	+439 p.b.

<sup>1</sup> Não considera operações imobiliárias para venda (receitas, impostos, custos e despesas) e despesas relacionadas a desenvolvimentos futuros. Despesa de sede e remuneração baseada em ações proporcionais ao percentual da receita bruta de shopping center com a receita bruta da Companhia.

# Indicadores Operacionais

Vendas

## Vendas dos lojistas

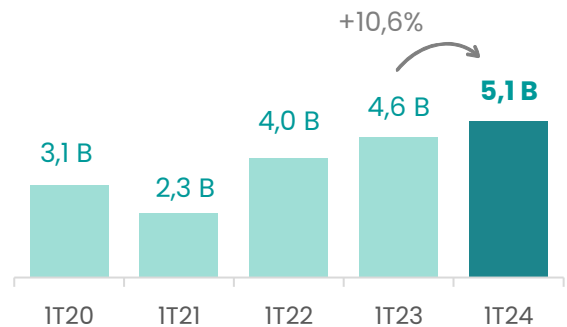
### Crescimento anual de vendas de dois dígitos

No 1T24, as vendas dos lojistas totalizaram R\$5,1 bilhões, o maior valor já registrado para um primeiro trimestre e um aumento de 10,6% vs. o 1T23. Adicionalmente, todos os 20 shoppings da Multiplan registraram aumento de vendas em relação ao 1T23, com seis shoppings apresentando crescimento de vendas acima de 15%.

Destaque para o desempenho de vendas de três shoppings: New York City Center, BarraShoppingSul e ShoppingSantaÚrsula, cujas vendas superaram o 1T23 em 42,0%, 23,3% e 22,0%, respectivamente.

A gestão proativa do mix feita pela Multiplan, o aumento gradativo da taxa de ocupação e os 321 eventos realizados nos shoppings são alguns dos catalisadores do crescimento das vendas no trimestre.

### Vendas trimestrais dos lojistas (R\$)



# Indicadores Operacionais

## Vendas

### New York City Center: estratégia de revitalização

No 1T24, o New York City Center apresentou crescimento de 42,0% nas vendas dos lojistas vs. o 1T23, o maior aumento do portfólio da Multiplan.

O segmento Alimentação & Áreas Gourmet registrou aumento de vendas de 51,7% (1T24 vs. 1T23), impulsionado pelas recentes obras de revitalização e pela gestão estratégica do mix do shopping (mais detalhes na página 25).

### BarraShoppingSul: estratégia de eventos

O aumento nas vendas dos lojistas pode ser parcialmente explicado pela estratégia da Multiplan de promover eventos em seus shoppings, que atraem fluxos de consumidores. Como exemplo, a Multiplan realizou 321 eventos em seus shoppings durante o trimestre.

No 1T24, as vendas dos lojistas no BarraShoppingSul cresceram 23,3% vs. 1T23, atingindo R\$227,6 milhões, impulsionadas (i) pelos eventos realizados no shopping e também no Golden Lake, criando sinergias entre os dois ativos, (ii) pelo aumento gradual da sua taxa de ocupação ao longo dos últimos trimestres, (iii) e um *turnover* de 26.216 m<sup>2</sup> considerando os últimos doze meses.

**321 eventos** realizados nos shoppings Multiplan no 1T24

### ShoppingSantaÚrsula: estratégia de localização

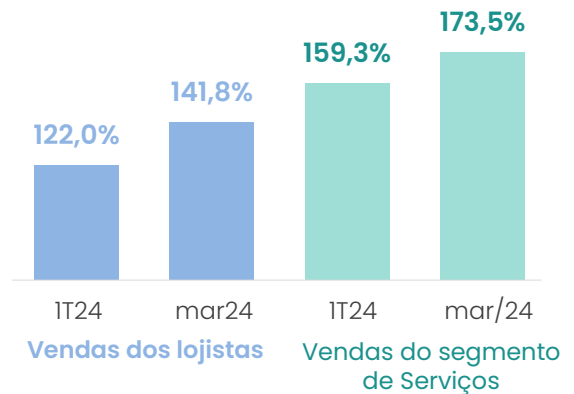
No 1T24, o ShoppingSantaÚrsula reportou aumento de 22,0% nas vendas dos lojistas vs. o 1T23, 1.136 p.b. acima do portfólio da Multiplan no mesmo período (+10,6%).

Vale ressaltar que, desde o 1T23, o shopping registrou aumento de vendas acima do portfólio da Multiplan e, nos dois últimos trimestres, apresentou aumento de vendas de dois dígitos (crescimento anual), impulsionado pelo aumento da taxa de ocupação de 1.085 p.b. no 1T24 vs. o 1T23, atingindo 93,5%.

Além disso, as vendas do segmento de Serviços aumentaram 59,3% (1T24 vs. 1T23) e, apenas em mar/24, o segmento reportou aumento de vendas de 73,5% vs. mar/23.

### Vendas do ShoppingSantaÚrsula

(2024 como % de 2023)



Golden Lake – Evento de tênis



BarraShoppingSul – Evento de Carnaval

## Indicadores Operacionais

### Vendas

Vendas dos lojistas (100%) (R\$)	1T24	1T23	Var. %	mar/24 (12M)	mar/23 (12M)	Var. %
BH Shopping	386,8 M	356,2 M	+8,6%	1.756,7 M	1.597,7 M	+9,9%
RibeirãoShopping	297,7 M	259,6 M	+14,7%	1.321,2 M	1.162,5 M	+13,7%
BarraShopping	725,8 M	666,8 M	+8,9%	3.163,9 M	3.010,1 M	+5,1%
MorumbiShopping	614,2 M	571,7 M	+7,4%	2.787,1 M	2.619,1 M	+6,4%
ParkShopping	363,2 M	328,9 M	+10,4%	1.597,6 M	1.473,1 M	+8,4%
DiamondMall	173,1 M	147,1 M	+17,7%	725,8 M	644,6 M	+12,6%
New York City Center	48,8 M	34,3 M	+42,0%	175,9 M	147,6 M	+19,2%
ShoppingAnáliaFranco	356,8 M	323,2 M	+10,4%	1.635,6 M	1.516,7 M	+7,8%
ParkShoppingBarigüi	344,0 M	317,8 M	+8,3%	1.564,7 M	1.455,4 M	+7,5%
Pátio Savassi	135,9 M	126,3 M	+7,6%	611,1 M	562,2 M	+8,7%
ShoppingSantaÚrsula	39,9 M	32,7 M	+22,0%	159,5 M	134,1 M	+18,9%
BarraShoppingSul	227,6 M	184,6 M	+23,3%	984,1 M	836,9 M	+17,6%
ShoppingVilaOlímpia	110,0 M	95,5 M	+15,2%	427,0 M	397,4 M	+7,4%
ParkShoppingSãoCaetano	214,1 M	194,3 M	+10,2%	967,8 M	889,4 M	+8,8%
JundiaíShopping	164,3 M	148,9 M	+10,3%	710,9 M	665,1 M	+6,9%
ParkShoppingCampoGrande	171,6 M	153,6 M	+11,8%	739,6 M	707,2 M	+4,6%
VillageMall	232,7 M	228,2 M	+2,0%	1.021,8 M	940,2 M	+8,7%
Parque Shopping Maceió	186,2 M	155,3 M	+19,9%	730,9 M	645,2 M	+13,3%
ParkShopping Canoas	173,0 M	160,9 M	+7,5%	759,5 M	715,5 M	+6,2%
ParkJacarepaguá	134,9 M	125,4 M	+7,5%	576,6 M	532,2 M	+8,3%
<b>Total</b>	<b>5.100,6 M</b>	<b>4.611,5 M</b>	<b>+10,6%</b>	<b>22.417,1 M</b>	<b>20.652,3 M</b>	<b>+8,5%</b>

# Indicadores Operacionais

## Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)

### Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)

#### Alimentação, conveniência e serviços impulsionando o crescimento

As Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) encerraram o 1T24 com crescimento de 8,6% vs. o 1T23, com quatro segmentos apresentando crescimento anual.

No 1T24, o segmento de Alimentação & Áreas Gourmet registrou o maior aumento em relação ao ano anterior: +13,7%. O crescimento foi impulsionado principalmente pela atividade de Doces/Bomboniere (+57,1%), ajudadas pelas comemorações da Páscoa em março.

Destaca-se também o desempenho do segmento Artigos Diversos, com crescimento de SSS de 12,9% no período, enquanto o segmento de Vestuário repetiu a tendência de crescimento observada em todos os trimestres de 2023, com SSS de +5,7% no 1T24.

Os shoppings que mais se destacaram em SSS no trimestre foram o New York City Center (+29,6%), DiamondMall (+13,9%) e RibeirãoShopping (+12,6%). Vale ressaltar que o New York City Center acaba de passar por uma revitalização (mais detalhes na próxima página).



#### Vendas nas Mesmas Lojas

#### 1T24 x 1T23

	Âncora	Satélite	Total
Alimentação & Áreas Gourmet	-	+13,7%	+13,7%
Vestuário	+10,3%	+3,6%	+5,7%
Artigos do Lar & Escritório	-19,2%	-0,5%	-4,4%
Artigos Diversos	+13,3%	+12,7%	+12,9%
Serviços	+12,4%	+7,0%	+8,3%
<b>Total</b>	<b>+9,5%</b>	<b>+8,2%</b>	<b>+8,6%</b>





## Estudo de caso

New York City Center: investimentos gerando crescimento



Os resultados do New York City Center no 1T24 foram fortes, mas não inesperados.

Os números positivos do shopping são resultado da estratégia contínua da Multiplan de focar e investir em seus próprios ativos.

Em 2023, o New York City Center passou por um grande processo de revitalização e uma gestão proativa do mix que trouxe de volta sua atmosfera jovem e dinâmica.

# Vendas

## +42,0%

(1T24 vs. 1T23)

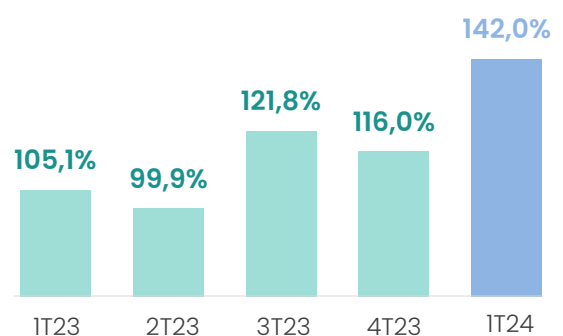
## New York City Center: investimentos gerando crescimento

### Reinvestindo para se destacar

No Relatório de Resultados do 2T23 foi apresentado um estudo de caso ([link](#)) mostrando os benefícios observados na revitalização do BH Shopping em 2019 e informações sobre a próxima revitalização do New York City Center.

Agora, este estudo de caso propõe uma análise dos primeiros resultados já percebidos das obras de revitalização do New York City Center em 2023 e sua mudança de mix durante esse processo.

Vendas dos lojistas do New York City Center (crescimento anual)



## Estudo de caso

### New York City Center: investimentos gerando crescimento

Ao longo dos seus 50 anos, a Multiplan sempre tratou seus shoppings como organismos vivos, que se adaptam e evoluem para atender aos desejos em constante mudança dos consumidores. Por isso, as revitalizações sempre tiveram papel central para manter a modernidade do shopping.

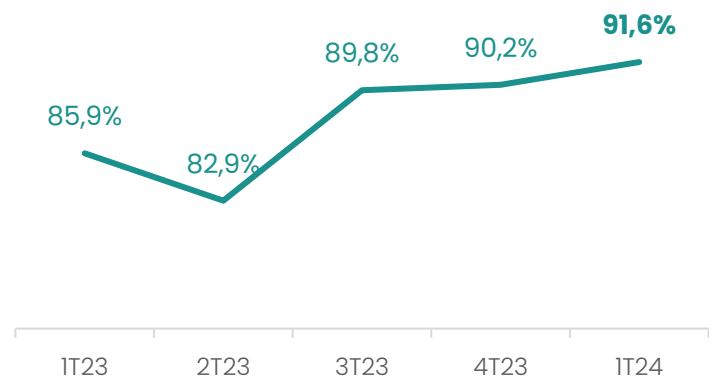
Inaugurado em 1999, o New York City Center passou por uma grande revitalização em 2023, seguindo um projeto inspirado na região "High Line" da cidade de Nova York.

Entre outras melhorias, a reforma promoveu a substituição de pisos, iluminação, reforma de banheiros, pintura de telhados, novos *lounges*, decoração e paisagismo, com o objetivo de proporcionar uma experiência muito mais agradável aos frequentadores do shopping, o que resultou em diversos números positivos neste trimestre:

- O fluxo de carros do shopping superou o IT23 em 20,3%, enquanto o fluxo médio de carros do portfólio superou o nível do IT23 em 7,1%.
- O segmento de Alimentação & Áreas Gourmet apresentou crescimento de vendas de 51,7% no mesmo período, reforçando os efeitos positivos da revitalização e mudança de mix do shopping.
- A taxa de ocupação do New York City Center aumentou gradualmente ao longo de 2023 e, no 1T24, cresceu 567 p.b. vs. 1T23, atingindo 91,6%.
- A receita de locação do New York City Center aumentou 21,6% (1T24 vs. 1T23).

Taxa de ocupação **+567 p.b.**  
e receita de locação **+21,6%**  
vs. o IT23

Taxa de ocupação média do  
New York City Center



## Estudo de caso

New York City Center: investimentos gerando crescimento

### New York City Center: maior crescimento de Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) em 2023 e no 1T24

Além da revitalização, foi realizada uma gestão proativa de mix no New York City Center, substituindo grandes lojas dos segmentos de Vestuário e Artigos do Lar & Escritório por restaurantes, como evidenciado pela inauguração, no primeiro trimestre de 2024, da maior operação de alimentação (2.004 m<sup>2</sup>) em todos os 20 shoppings da Multiplan.

A consequência dessas intervenções foi latente: após apresentar SSS de +18,9% em 2023, o maior resultado no portfólio da Companhia, o shopping repetiu a liderança com um SSS de +29,6% no 1T24.

Os segmentos de Serviços (+30,9%) e Alimentação e Áreas Gourmet (+30,4%) foram destaques no SSS do shopping no trimestre, reforçando-o como um centro focado em lazer e conveniência.

Esses resultados mostram o valor de sempre reinvestir nos ativos da Companhia.



New York City Center – Evento de música



# Indicadores Operacionais

## Turnover

### Turnover (troca de lojas)

No 1T24, a Multiplan apresentou um *turnover* de 1,4% da ABL total (12.630 m<sup>2</sup>), correspondendo a 106 novas lojas. A forte atividade de locação observada no trimestre impulsionou as receitas de Serviços e Cessão de Direitos.

As lojas satélites foram responsáveis por 71,3% da ABL do *turnover* do 1T24, representando 104 lojas adicionadas ao portfólio da Multiplan.

#### Os destaques do trimestre

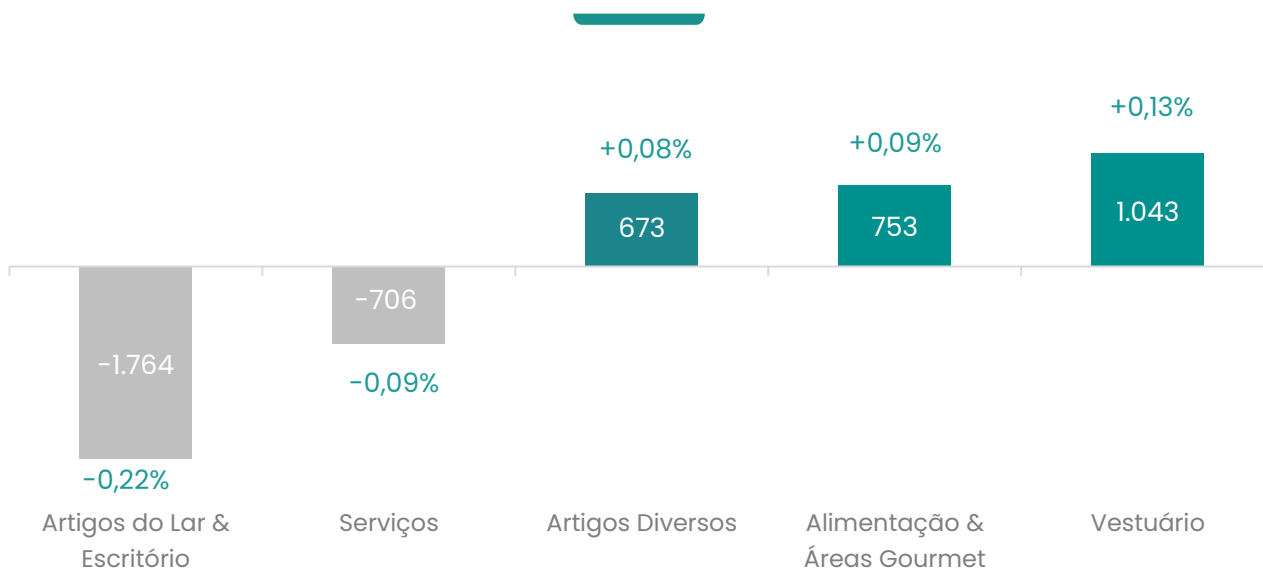
- O ParkShopping foi o destaque do trimestre, respondendo por 20,9% do *turnover* total do 1T24, com sete novas lojas. O maior *turnover* do portfólio da Multiplan foi impulsionado principalmente pela adição de uma operação de boliche, contribuindo para as opções de lazer oferecidas pelo shopping.
- O ParkShoppingBarigüi foi responsável por 11,3% do *turnover* total. Vale destacar que o shopping, que está em processo de expansão, está quase "cheio". Ele registrou a maior taxa de ocupação do portfólio no 1T24 e, desde 2013, apresenta ocupação acima de 98%. O *turnover* do shopping foi impulsionado principalmente pela adição de uma loja de Vestuário, com 1.226 m<sup>2</sup> de ABL, que substituiu uma loja de Artigos do Lar & Escritório.

- Tanto o BarraShopping quanto o VillageMall registraram um *turnover* de 7,4% de participação no *turnover* total. O BarraShopping adicionou 13 lojas ao seu portfólio no trimestre. O *turnover* do VillageMall foi impulsionado, principalmente, pela adição de uma loja de Artigos do Lar & Escritório com 880 m<sup>2</sup> de ABL. Vale destacar que o VillageMall registrou um crescimento de 707 p.b. na taxa de ocupação, atingindo 96,6% no 1T24.

O segmento de Vestuário apresentou o *turnover* líquido positivo mais forte, adicionando 1.043 m<sup>2</sup> no 1T24.

Este resultado foi motivado pela já mencionada nova loja no ParkShoppingBarigüi, além de duas lojas no BH Shopping e no BarraShoppingSul que substituíram lojas relacionadas a Artigos do Lar & Escritório em ambos os shoppings.

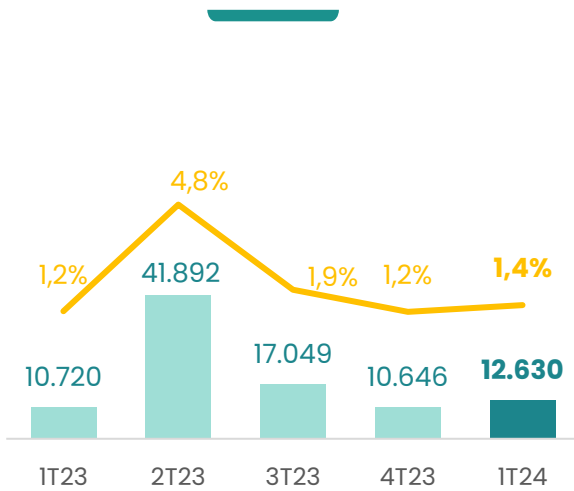
Efeito do *turnover* líquido dos segmentos em m<sup>2</sup> e % da ABL total – 1T24



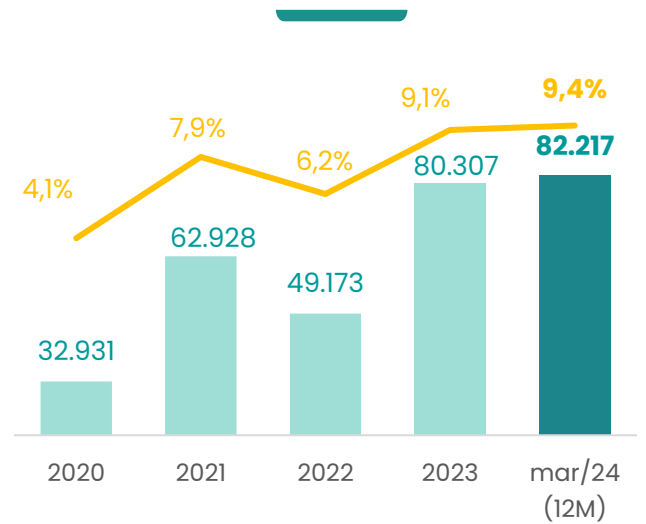
# Indicadores Operacionais

## Turnover

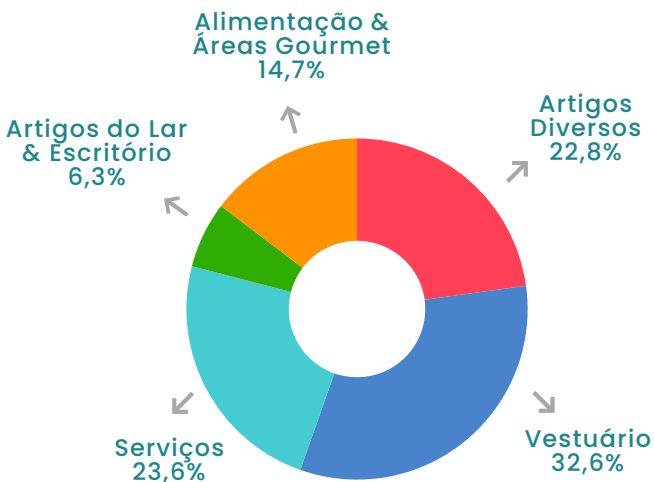
Turnover dos shoppings em ABL (m<sup>2</sup>) e em % do ABL total (%)



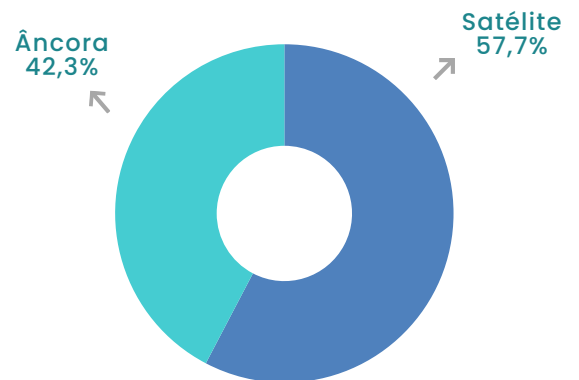
Turnover dos shoppings em ABL (m<sup>2</sup>) e em % do ABL total (%)



Distribuição de ABL ocupada por segmento - mar/24



Distribuição da ABL ocupada por tipo de loja<sup>1</sup> - mar/24



<sup>1</sup> As lojas âncoras são lojas qualificadas com, pelo menos, 1.000 m<sup>2</sup> (10.763 pés quadrados). As lojas satélites são lojas com menos de 1.000 m<sup>2</sup> (10.763 pés quadrados).

# Indicadores Operacionais

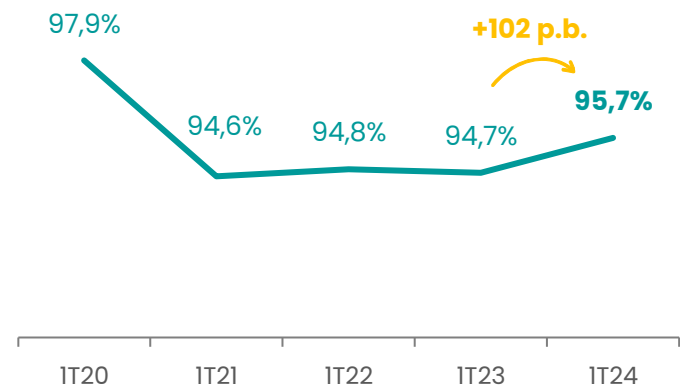
## Taxa de ocupação

### Taxa de ocupação

No 1T24, o portfólio de shopping centers da Multiplan apresentou taxa de ocupação média de 95,7%, 102 p.b. superior ao 1T23. Comparativamente ao 4T23, a taxa de ocupação média registou uma redução de 62 p.b., principalmente devido ao efeito sazonal do primeiro trimestre.

Doze shoppings apresentaram, no 1T24, taxa de ocupação média superior ao 1T23. Adicionalmente, sete shoppings apresentaram patamar superior em relação ao 4T23, com o ShoppingSantaÚrsula apresentando os maiores aumentos vs. o 1T23 e o 4T23.

### Taxa de ocupação média dos shopping centers



**ParkShoppingBarigüi**  
com a maior taxa de ocupação em **99,3%**





ShoppingSantaÚrsula

## Evolução consistente e gradual

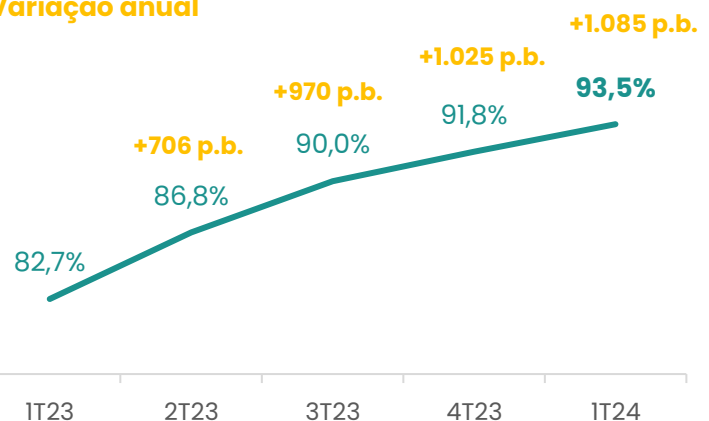
- No 1T24, o ShoppingSantaÚrsula manteve o ritmo de crescimento. A taxa de ocupação média do shopping ficou em 93,5%, aumento de 1.085 p.b. vs. o 1T23. Conforme já mencionado em 2023, o ShoppingSantaÚrsula está colhendo frutos da gestão estratégica de mix da Companhia. Desde o 2T23, o shopping vem apresentando resultados positivos, reduzindo sua vacância e melhorando seu mix. Além disso, o shopping registrou crescimento de 170 p.b. de ocupação vs. o 4T23.
- O New York City Center atingiu, no 1T24, uma taxa de ocupação média de 91,6%, um aumento de 567 p.b. vs. 1T23 e 141 p.b. vs. 4T23. O shopping, que passou por um grande processo de revitalização e intensa gestão de mix, apresentou não apenas redução de vacância, mas o maior aumento de vendas dos lojistas vs. o 1T23 do portfólio da Multiplan: +42,0% (página 25).
- O ParkShoppingBarigüi apresentou taxa de ocupação média acima de 99%, atingindo 99,3% no 1T24, mais uma vez reforçando a importância do seu projeto de expansão em curso.

### ShoppingSantaÚrsula: o destaque do trimestre

**+1.085 p.b.**  
vs. 1T23

#### Taxa de ocupação média do ShoppingSantaÚrsula

##### Variação anual



# Indicadores Operacionais

## Custo de ocupação

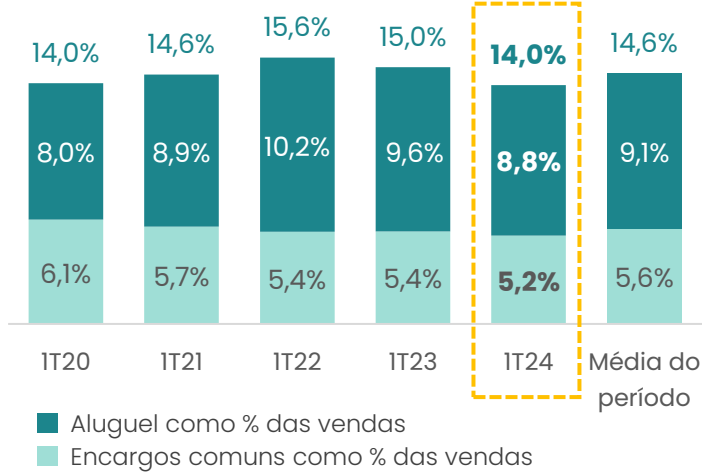
### Custo de ocupação

**Maiores vendas e maior eficiência levam a custo de ocupação mais baixo**

No 1T24, o custo de ocupação dos lojistas foi de 14,0%, uma redução de 105 p.b. em relação ao 1T23 e o menor valor para um primeiro trimestre desde 2019 (13,7%).

O recorde de vendas dos lojistas no primeiro trimestre (R\$5,1 bilhões, +10,6% vs. 1T23), aliado à baixa inflação e menores encargos comuns no período, teve papel fundamental na redução do custo de ocupação durante os primeiros três meses do ano.

#### Abertura trimestral do custo de ocupação



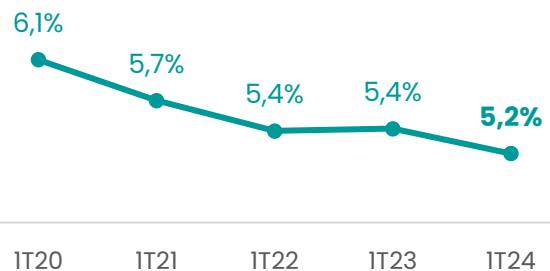
**5,2%: menores encargos comuns para um 1o tri desde 2007**

### Estratégia de eventos continua, enquanto encargos comuns reduzem

Um calendário repleto de eventos nos shoppings da Multiplan impulsionou as vendas dos lojistas no trimestre, atraindo fluxo de visitantes e criando momentos inesquecíveis para os frequentadores dos shoppings.

No 1T24, foram realizados 321 eventos nos shoppings da Companhia, 24,9% acima do 1T23. Apesar do aumento nas contribuições do fundo de promoção (+4,7% vs. 1T23) utilizado para financiar esses eventos, a participação das despesas de encargos comuns no custo de ocupação caiu para 5,2% das vendas, o menor número para um primeiro trimestre desde 2007.

#### Encargos comuns trimestrais (Encargos comuns como % de vendas)





## Receita Bruta

### Receita bruta crescendo 13,1%, acima do CAGR de dois dígitos desde o IPO

A receita bruta, no 1T24, totalizou R\$564,0 milhões, um aumento de 13,1% vs. o 1T23. O crescimento de dois dígitos na receita bruta demonstra a eficácia da Companhia na geração de receitas.

A receita de locação representou a maior participação do total (68,9%) e apresentou aumento de 1,1% vs. o 1T23.

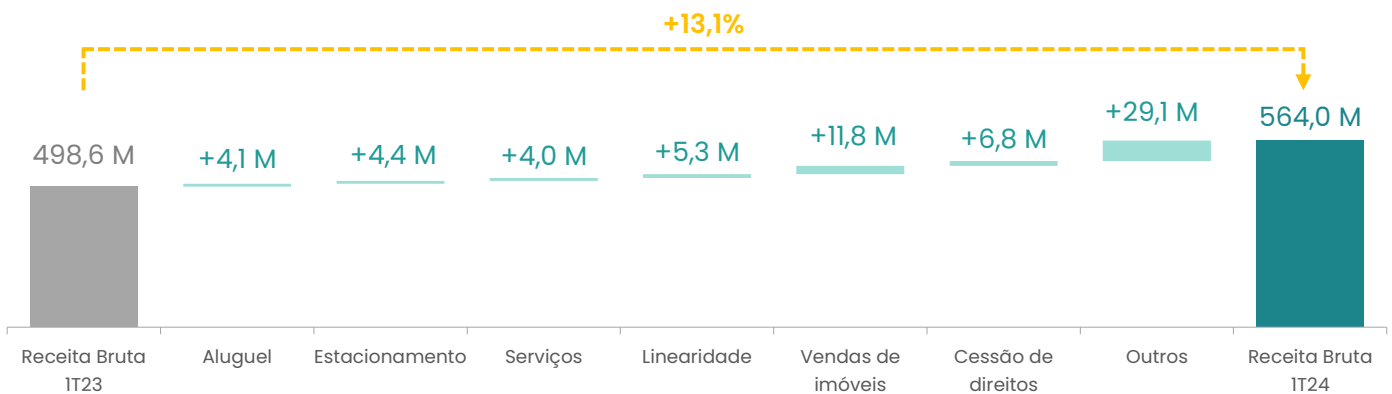
A linha de Outras receitas foi o destaque do 1T24, com aumento de 518,6% em relação ao 1T23 (+R\$29,1 milhões), impulsionada principalmente por receitas derivadas do aplicativo Multi (mais detalhes na página 10).

A receita de venda de imóveis totalizou R\$22,2 milhões no 1T24, mais que o dobro do valor registrado no 1T23, impulsionada pela contabilização de receita do projeto residencial Golden Lake.

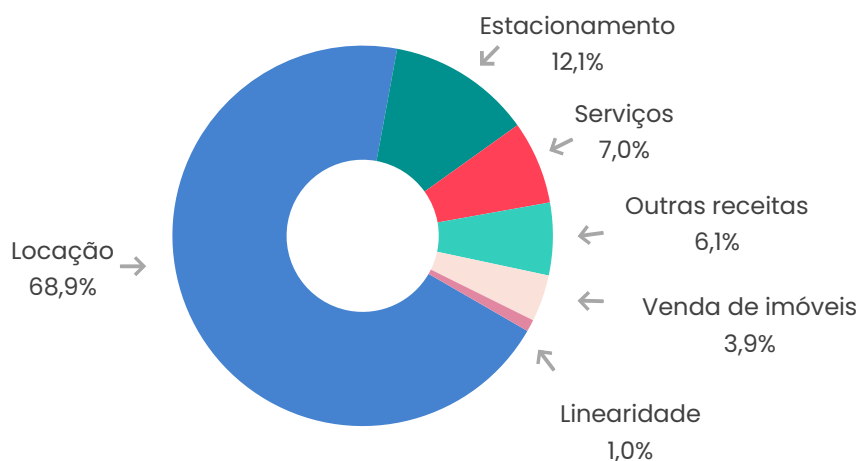
A receita de serviços, no 1T24, aumentou 11,3% vs. o 1T23 (+R\$4,1 milhões), impulsionada principalmente por maiores taxas de corretagem relacionadas ao aumento da taxa de ocupação.

No 1T24, a receita de cessão de direitos foi positiva em R\$5,3 milhões, devido, principalmente, às maiores taxas de transferência no período.

### Evolução da receita bruta (R\$) – 1T24 vs. 1T23



### Abertura da receita bruta % – 1T24



# Receita de locação

## Receita de locação

**Fortes vendas alavancam crescimento de 45,2% no aluguel complementar**

A receita total de locação da Multiplan (soma de shoppings e torres comerciais) cresceu 1,1% vs. o 1T23, apesar da deflação do IGP-DI nos últimos doze meses (-4,0%), totalizando R\$388,5 milhões no 1T24.

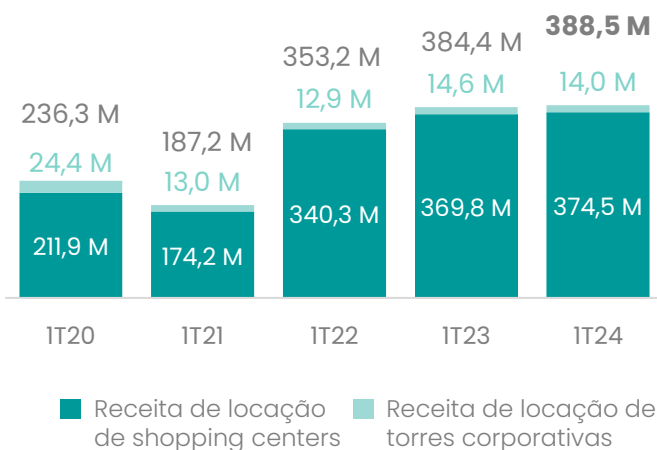
A receita de locação de shoppings apresentou variação anual de 1,3%, impulsionada por:

- aumento de aluguel complementar de 45,2% vs. o 1T23;
- aumento de 5,6% em receita de merchandising, e crescimento de 31 p.b. em sua participação nas receitas de aluguel; e
- a aquisição de participação de 4,1% no RibeirãoShopping no 4T23, que contribuiu para a variação de +8,8% na receita de locação do shopping no 1T24.

Além disso, o New York City Center se destacou neste trimestre. A receita de locação do shopping apresentou crescimento de 21,6% vs. o 1T23, refletindo a revitalização que o shopping passou ao longo de 2023, incluindo a abertura de grandes operações gastronômicas, que ajudaram a impactar positivamente a taxa de ocupação (91,6% no 1T24, +567 p.b. vs. o 1T23) (página 25).

É importante mencionar que os "step-ups" contratuais da Companhia permitiram o crescimento da receita de locação mesmo em um cenário de IGP-DI negativo.

**Evolução trimestral da receita de locação (R\$)**

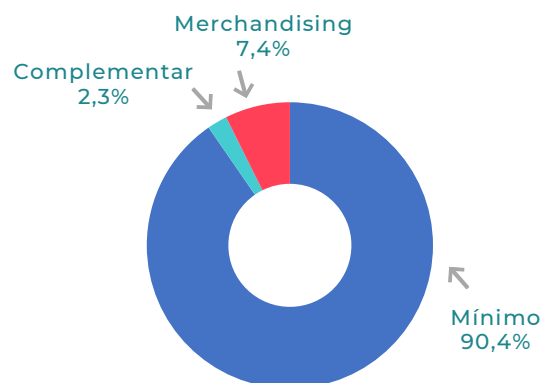


**Receita de Locação:**  
impulsionada pelo aluguel complementar e de merchandising



BarraShoppingSul

**Abertura da receita de locação % - 1T24**





Park Jacarepaguá – Evento de yoga

## Receita de locação

Receita de locação (R\$)	1T24	1T23	Var. %	mar/24 (12M)	mar/23 (12M)	Var. %
BH Shopping	40,5 M	40,2 M	+0,7%	176,8 M	170,8 M	+3,5%
RibeirãoShopping	22,3 M	20,5 M	+8,8%	93,2 M	86,8 M	+7,4%
BarraShopping	58,3 M	56,6 M	+3,1%	253,0 M	239,5 M	+5,7%
MorumbiShopping	53,8 M	53,5 M	+0,5%	238,2 M	229,8 M	+3,6%
ParkShopping	26,3 M	26,5 M	-0,5%	115,6 M	113,2 M	+2,1%
DiamondMall	16,2 M	15,9 M	+1,9%	68,6 M	66,6 M	+3,1%
New York City Center	2,9 M	2,4 M	+21,6%	11,0 M	11,6 M	-5,0%
ShoppingAnáliaFranco	11,1 M	11,2 M	-1,1%	48,8 M	48,1 M	+1,5%
ParkShoppingBarigüi	25,7 M	25,7 M	-0,2%	114,3 M	111,7 M	+2,3%
Pátio Savassi	14,0 M	14,2 M	-0,9%	60,1 M	59,1 M	+1,7%
ShoppingSantaÚrsula	1,9 M	2,0 M	-6,0%	8,6 M	8,6 M	+1,0%
BarraShoppingSul	18,9 M	18,5 M	+1,9%	83,1 M	79,8 M	+4,1%
ShoppingVilaOlímpia	5,0 M	4,8 M	+3,5%	22,1 M	21,6 M	+2,1%
ParkShoppingSãoCaetano	16,0 M	16,7 M	-4,0%	73,5 M	72,9 M	+0,8%
JundiaíShopping	13,0 M	12,8 M	+1,6%	57,2 M	55,4 M	+3,2%
ParkShoppingCampoGrande	10,9 M	11,3 M	-3,5%	47,4 M	49,9 M	-4,9%
VillageMall	14,1 M	13,9 M	+1,8%	60,5 M	56,3 M	+7,6%
Parque Shopping Maceió	6,4 M	6,0 M	+6,6%	27,1 M	25,2 M	+7,5%
ParkShopping Canoas	7,7 M	7,4 M	+3,5%	34,2 M	31,6 M	+8,4%
ParkJacarepaguá	9,6 M	9,8 M	-2,3%	40,8 M	41,3 M	-1,2%
<b>Total</b>	<b>374,5 M</b>	<b>369,8 M</b>	<b>+1,3%</b>	<b>1.634,2 M</b>	<b>1.579,7 M</b>	<b>+3,5%</b>

# Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)

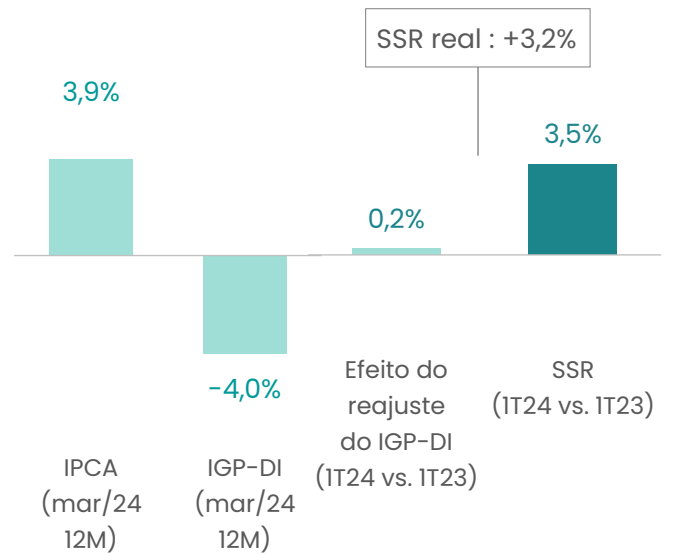
## Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)

Crescimento resiliente do SSR mesmo em um cenário de deflação

No IT24, o portfólio da Multiplan registrou Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) de 3,5% quando comparado ao IT23. Apesar do IGP-DI negativo de 4,0% nos últimos doze meses, a indexação dos contratos da Companhia levou a um efeito do reajuste do IGP-DI de 0,2%, entregando um SSR real de 3,2%.

O efeito do reajuste do IGP-DI apresentado no gráfico reflete os ajustes de inflação dos contratos de locação da Companhia no período.

### Índices e SSR – IT24



**SSR real de +3,2% no IT24**



## Receita de estacionamento & Receita de serviços

### Receita de estacionamento

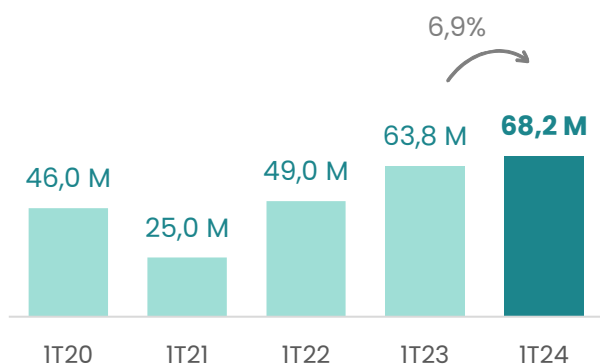
#### Estacionamento impulsionado pelo aumento no fluxo de veículos

No 1T24, a receita de estacionamento apresentou um crescimento de 6,9%, refletindo um aumento de R\$4,4 milhões em relação ao 1T23, devido, principalmente, ao crescimento de 7,1% no fluxo de veículos e aos ajustes nas tarifas de estacionamento ocorridos em fev/23.

O New York City Center, no 1T24, apresentou o maior aumento na receita de estacionamento e no fluxo de veículos do portfólio da Multiplan, com crescimento de 34,9% e 20,3%, respectivamente (vs. 1T23), seguido pelo Parque Shopping Maceió com +27,7% e pelo ShoppingVilaOlímpia com +20,2%.

Vale ressaltar que o fluxo de veículos e, conseqüentemente, a receita de estacionamento, foram beneficiados pelo número de eventos realizados pelos shoppings no trimestre, que aumentou 24,9% em relação ao 1T23, totalizando 321 eventos ao longo do período.

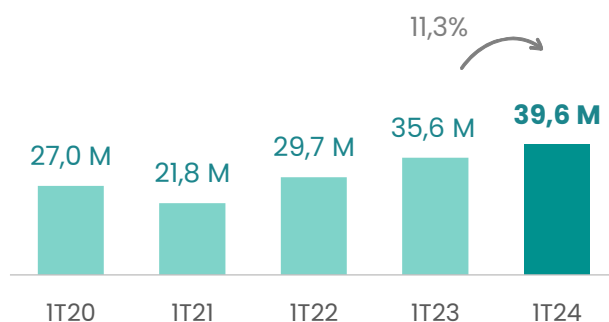
#### Evolução da receita de estacionamento (R\$)



### Receita de serviços

A receita de serviços totalizou R\$39,6 milhões no 1T24, um aumento de 11,3% em relação ao 1T23, devido, principalmente, ao aumento das taxas de corretagem, derivadas do *turnover* de 1,4% no trimestre e maiores taxas de administração.

#### Receita de serviços (R\$)



Receita de estacionamento do New York City Center **creceu 34,9% vs. 1T23**

## Despesas de propriedades

### Despesas de propriedades

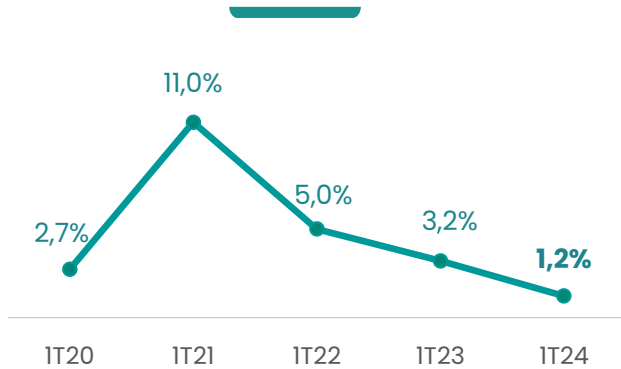
#### Melhor ocupação e inadimplência reduzem despesas de propriedades

No 1T24, as despesas de propriedade (soma das despesas de shopping center e torre comercial para locação) totalizaram R\$43,0 milhões, uma redução de 5,8% em relação ao 1T23, devido, principalmente:

- ao aumento de 102 p.b. na taxa de ocupação, que atingiu 95,7% no trimestre, reduzindo as despesas relacionadas à vacância; e
- a menor taxa de inadimplência líquida (1,2%) já registrada para um primeiro trimestre, sustentando uma redução das provisões.

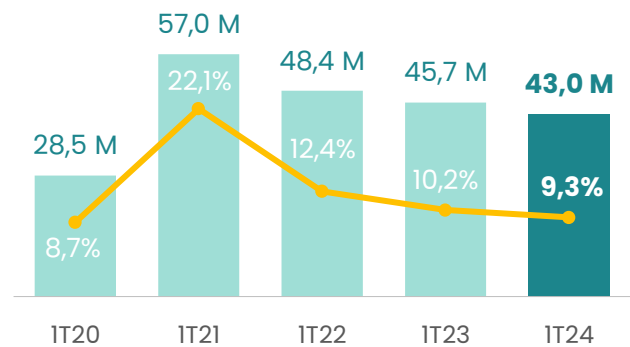
É importante observar que as despesas de propriedades como % das receitas de propriedades vem constantemente reduzindo, atingindo 9,3% no 1T24.

#### Taxa de inadimplência líquida



**Menor** inadimplência líquida já registrada em um 1º trimestre de **1,2%**

#### Despesas de propriedades (R\$) e como % das receitas de propriedades<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Inclui receita de locação, receita de estacionamento e a linearidade.





ParkJacarepaguá – Parcão

## Resultado Operacional Líquido (NOI)

### Resultado Operacional Líquido (NOI)

#### NOI recorde e margem superior a 90%

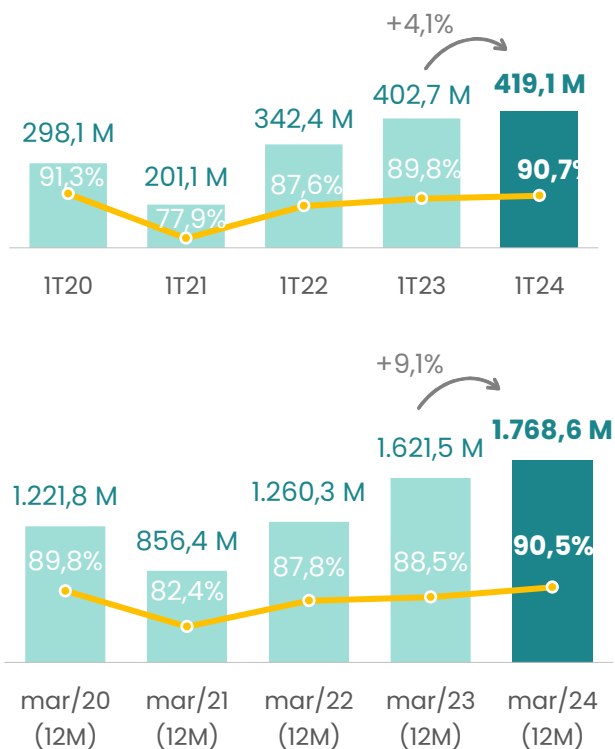
No 1T24, o Resultado Operacional Líquido (NOI) da Companhia totalizou R\$419,1 milhões, um aumento de 4,1% em relação ao 1T23, um recorde para um primeiro trimestre.

O NOI foi beneficiado por um aumento de 6,9% na receita de estacionamento, devido, principalmente, ao crescimento do fluxo de veículos (+7,1% vs. 1T23) e aos ajustes nas tarifas de estacionamento registrados em fev/23, além do crescimento de 1,1% na receita de locação.

Adicionalmente, a margem NOI de 90,7% foi a maior para um primeiro trimestre desde o 1T20, devido, principalmente, à redução de 5,8% nas despesas de propriedades.

O NOI dos últimos 12 meses totalizou R\$1.768,6 milhões e foi o maior já registrado para tal período, com uma margem de 90,5%.

NOI (R\$) e Margem NOI (%)



NOI (R\$)	1T24	1T23	Var.%	mar/24 (12M)	mar/23 (12M)	Var.%
Receita de locação	388,5 M	384,4 M	+1,1%	1.691,0 M	1.636,1 M	+3,4%
Apropriação da receita de aluguel linear	5,5 M	0,2 M	+2.491,1%	(35,8 M)	(67,7 M)	-47,2%
Receita de estacionamento	68,2 M	63,8 M	+6,9%	298,5 M	264,4 M	+12,9%
<b>Receita operacional</b>	<b>462,2 M</b>	<b>448,4 M</b>	<b>+3,1%</b>	<b>1.953,7 M</b>	<b>1.832,7 M</b>	<b>+6,6%</b>
Despesas de propriedades	(43,0 M)	(45,7 M)	-5,8%	(185,0 M)	(211,3 M)	-12,4%
<b>NOI</b>	<b>419,1 M</b>	<b>402,7 M</b>	<b>+4,1%</b>	<b>1.768,6 M</b>	<b>1.621,5 M</b>	<b>+9,1%</b>
Margem NOI	90,7%	89,8%	+87 p.b.	90,5%	88,5%	+206 p.b.

## Despesas G&A & Remuneração baseada em ações

### Despesas Gerais & Administrativas

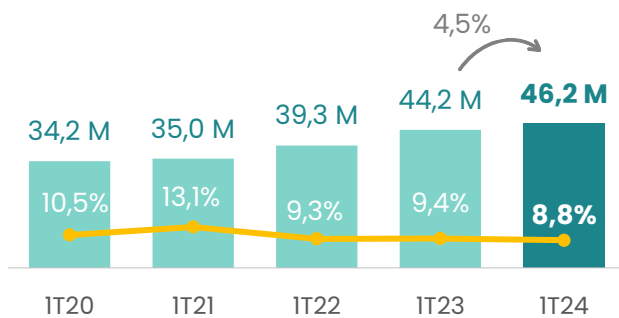
As despesas gerais e administrativas da Multiplan totalizaram R\$46,2 milhões no 1T24, um leve aumento de 4,5% em relação ao 1T23, principalmente relacionado ao aumento das despesas relacionadas ao dissídio.

Apesar disso, as despesas de sede representaram 8,8% da receita líquida no 1T24, uma redução de 56 p.b. em relação ao 1T23.

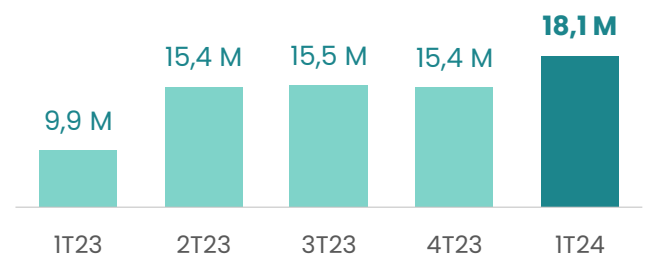
### Remuneração baseada em ações

As despesas com remuneração baseada em ações encerraram o trimestre em R\$18,1 milhões, explicadas por provisões relacionadas ao novo plano de ações restritas, concedido em fev/24, além dos planos anteriormente concedidos, com vencimento mais curto.

Evolução das despesas de G&A (R\$) e como % da receita líquida



Remuneração baseada em ações (R\$)





# Resultados de Empreendimentos Imobiliários

Empreendimentos Imobiliários & Banco de Terrenos

## Empreendimentos Imobiliários

### Receita com venda de imóveis dobrou em relação ao 1T23

As obras da primeira fase do projeto Golden Lake estão em andamento, sendo que 61,7% das 94 unidades já foram vendidas até abr/24.

A receita de venda de imóveis foi de R\$22,2 milhões no 1T24, um aumento de 114,1% em relação ao 1T23.

O projeto Golden Lake gerou uma receita de R\$22,0 milhões no 1T24 e R\$16,6 milhões em custos. A construção está prevista para ser concluída em dezembro de 2024.

As receitas e os custos (incluindo despesas de corretagem) relacionados ao projeto Golden Lake são contabilizados com base na metodologia de *Percentage of Completion* (PoC). Um estudo de caso sobre essa metodologia está disponível no site de RI ([link](#)).



Construção do Golden Lake, abr/24

## Banco de Terrenos

### Desbloqueando o valor do banco de terrenos

Em abr/24, a Multiplan anunciou a venda de dois terrenos ao lado do RibeirãoShopping, totalizando 35.051 m<sup>2</sup>, nos quais serão desenvolvidos projetos multiuso. As vendas dos terrenos estão em linha com a estratégia multiuso da Companhia, que consiste no desenvolvimento de projetos imobiliários integrados aos seus shopping centers, criando sinergias e benefícios para todo o complexo e gerando valor para o seu entorno.

A Multiplan possui, em mar/24, 682.711 m<sup>2</sup> de terreno para futuros projetos de uso misto.

Com base nas avaliações internas de projetos de mar/24, a Companhia estima uma área total privativa para venda de 795.138 m<sup>2</sup> a ser desenvolvida.

Todas as áreas listadas são integradas aos shoppings da Companhia e deverão ser utilizadas para o desenvolvimento de projetos multiuso.

Adicionalmente, a Companhia identifica um potencial de crescimento da sua ABL de quase 200 mil m<sup>2</sup> através de expansões futuras em seus shopping centers, que não estão incluídos na tabela.

Localização do terreno (shopping próximo)	% Mult. <sup>1</sup>	Área terreno (m <sup>2</sup> )	Área potencial para venda (m <sup>2</sup> )
BarraShoppingSul <sup>2</sup>	100%	155.438	259.875
JundiaíShopping	100%	4.500	8.030
ParkShoppingBarigüi	93%	28.214	26.185
ParkShoppingCampo Grande	52%	317.755	114.728
ParkShopping Canoas	82%	18.721	21.331
ParkShopping SãoCaetano	100%	35.535	81.582
Parque Shopping Maceió	50%	13.713	27.000
RibeirãoShopping	100%	43.035	132.298
ShoppingAnáliaFranco	36%	29.800	92.768
VillageMall	100%	36.000	31.340
<b>Total</b>	<b>73%</b>	<b>682.711</b>	<b>795.138</b>

<sup>1</sup> A participação da Multiplan é calculada pela média ponderada da área total do terreno.

<sup>2</sup> A primeira fase do projeto Golden Lake (22.162 m<sup>2</sup> de área de terreno e 34.000 m<sup>2</sup> de área privativa para venda) foi removida da lista, pois já se encontra em desenvolvimento.

Nota: A tabela não leva em consideração a recente venda de terrenos próximos ao RibeirãoShopping e ao Parque Shopping Maceió, uma vez que a conclusão das transações está sujeita ao cumprimento de condições precedentes.



RibeirãoShopping – Evento de Páscoa

## Resultados Financeiros

### EBITDA

#### EBITDA

#### Multi e projetos multiuso: uma nova combinação de receitas

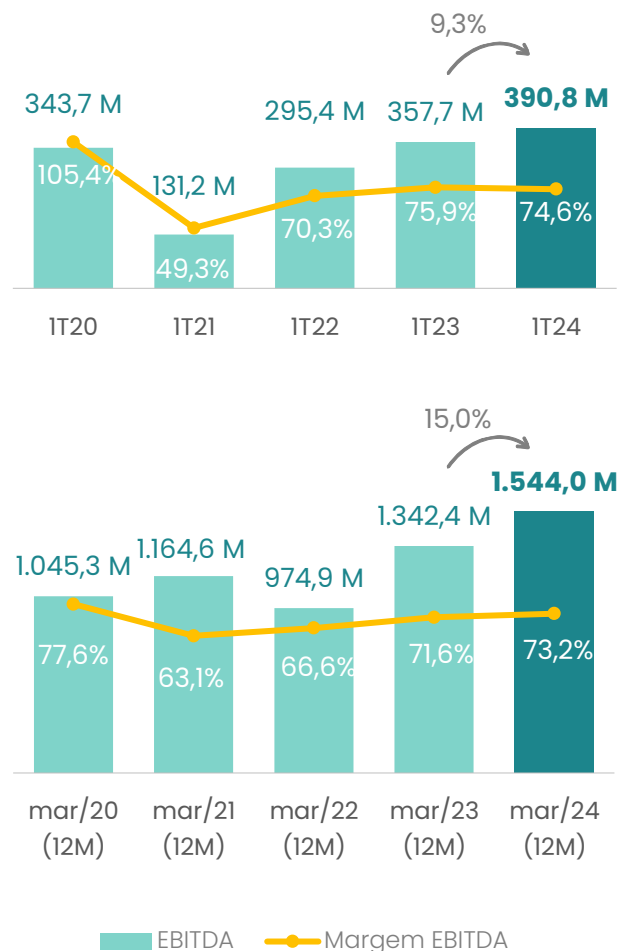
No 1T24, o EBITDA da Companhia foi de R\$390,8 milhões, o maior valor registrado em um primeiro trimestre, com crescimento de 9,3% em relação ao 1T23.

O resultado foi impulsionado, principalmente, pelo aumento de dois dígitos na receita líquida, alavancado (i) pelo aumento de 518,6% na linha de "Outras Receitas" derivadas das parcerias do aplicativo Multi, (ii) pela maior receita relacionada às vendas do projeto Golden Lake, e (iii) pela redução de 5,8% nas despesas de propriedades em relação ao 1T23.

A margem EBITDA foi de 74,6% no trimestre, 121 p.b. inferior ao 1T23, naturalmente impactada pelo sucesso do projeto Golden Lake, cujas margens são menores quando comparadas às dos shoppings.

Nos últimos 12 meses, o EBITDA atingiu R\$1.544,0 milhões, um aumento de 15,0% em relação a mar/23 (12M), levando a uma menor relação Dívida Líquida/EBITDA de 1,32x em mar/24 (vs. 1,38x em dez/23).

#### EBITDA (R\$) e margem EBITDA (%)



# Resultados Financeiros

## Endividamento e Disponibilidades

### Endividamento e Disponibilidades

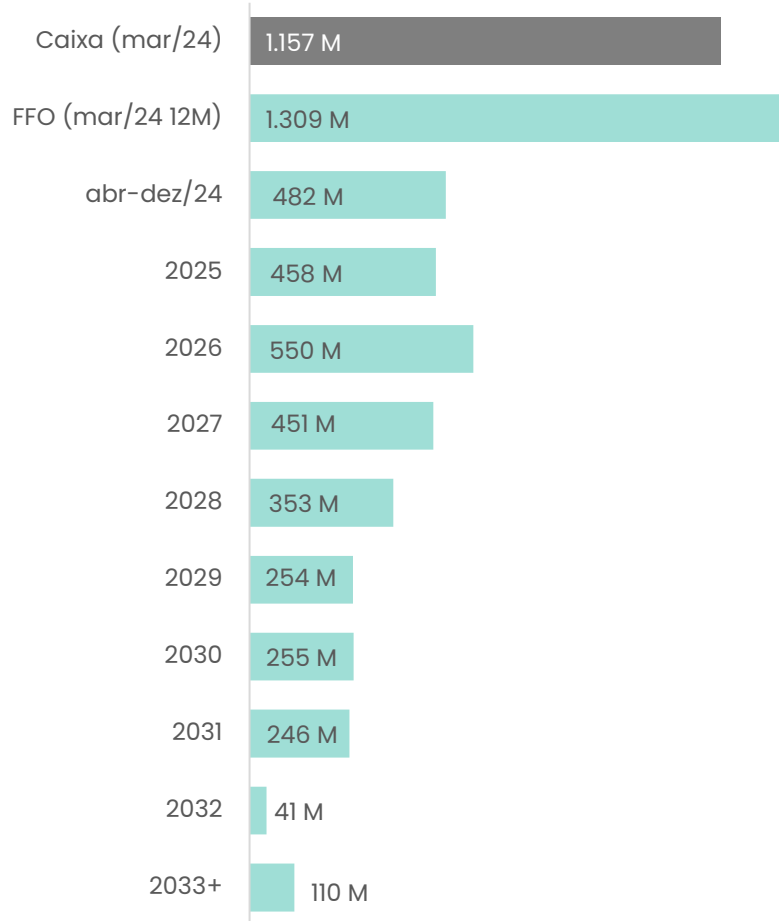
#### Redução da dívida bruta e seu custo

Ao final do 1T24, a dívida bruta da Companhia totalizava R\$3.199,8 milhões, uma redução de 1,9% em relação ao 4T23. A exposição da Multiplan ao CDI encerrou o período em 88,7%, enquanto à TR e ao IPCA, em 9,7% e 1,5%, respectivamente.

O custo médio da dívida da Companhia ao final de mar/24 foi de 11,42%, 67 p.b. acima da taxa Selic e 84 p.b. abaixo do custo médio apresentado ao final de dez/23.

A redução no custo da dívida pode ser explicada principalmente pela redução de 100 p.b. na taxa Selic (taxa de juros de referência do Brasil) para 10,75% no final ao mar/24.

### Cronograma de amortização da dívida bruta em 31/mar/24 (R\$)



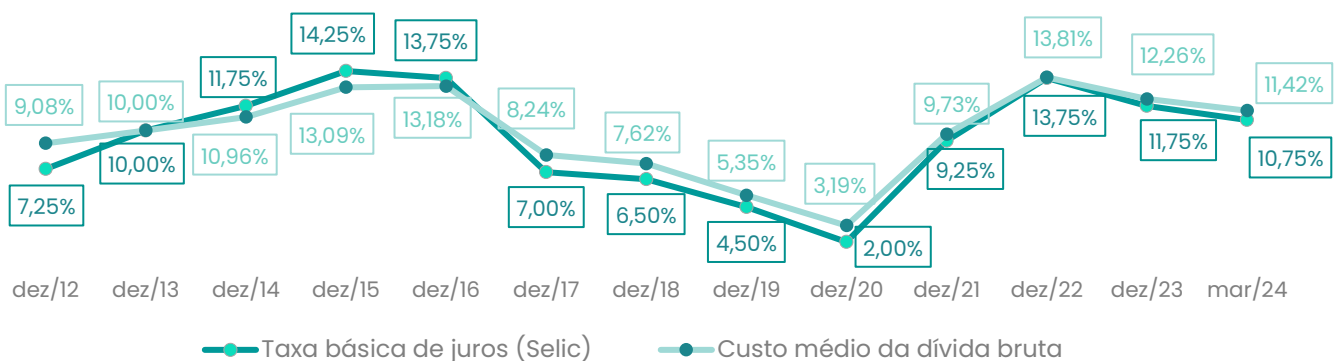
#### Indexadores do endividamento (a.a.) – mar/24

	Desempenho do Indexador	Taxa de juros média <sup>1</sup>	Custo da dívida	Dívida bruta <sup>2</sup> (R\$)
TR	1,34%	8,27%	9,62%	310,6 M
CDI	10,75%	0,99%	11,74%	2.839,7 M
IPCA	3,93%	0,00%	3,93%	49,6 M
<b>Total</b>	<b>9,73%</b>	<b>1,68%</b>	<b>11,42%</b>	<b>3.199,8 M</b>

<sup>1</sup> Média ponderada da taxa anual

<sup>2</sup> A dívida da Companhia é denominada em moeda local

### Custo médio da dívida bruta (% a.a.)





# Resultados Financeiros

## Endividamento e Disponibilidades

### Geração de caixa alinhada à alocação de caixa

A Multiplan encerrou o 1T24 com uma posição de caixa de R\$1.157,2 milhões e uma dívida líquida de R\$2.042,6 milhões (queda de 2,1% em relação a dez/23).

Os principais desembolsos de caixa ao longo do 1T24 foram:

- R\$139,9 milhões em investimentos (CAPEX), relacionados principalmente ao projeto de expansão do ParkShoppingBarigüi;
- amortizações programadas de dívidas no valor de R\$97,7 milhões e R\$6,3 milhões a título de juros<sup>1</sup>;
- desembolso de R\$94,6 milhões a título de Juros sobre Capital Próprio<sup>2</sup>; e
- R\$34,0 milhões em recompra de ações.

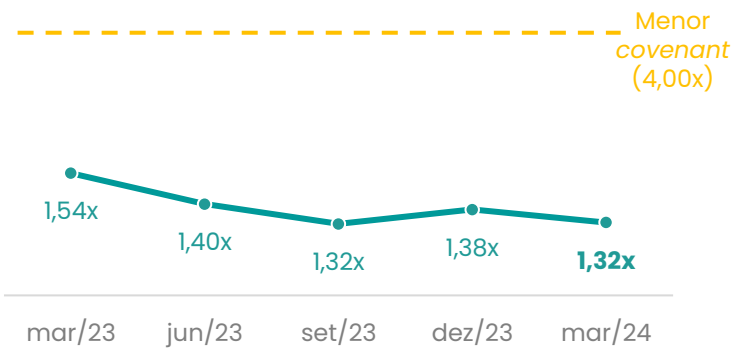
Essas saídas de caixa foram compensadas pelo FFO de R\$327,5 milhões no 1T24.

O EBITDA 12M recorde de R\$1.544,0 milhões levou a uma redução na relação Dívida Líquida/EBITDA, que ficou em 1,32x no final do período, uma redução de 0,06x em relação a dez/23.

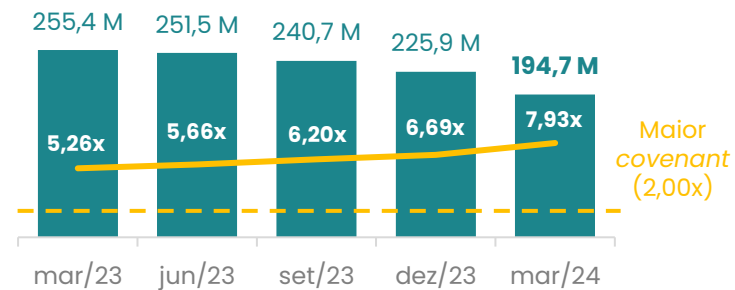
<sup>1</sup> Líquido de impostos retidos na fonte.

<sup>2</sup> Líquido de receitas financeiras.

### Evolução da Dívida Líquida/EBITDA



### Despesa financeira líquida (R\$) e índice de cobertura (12M)



■ Despesa financeira líquida

— EBITDA / Despesa financeira líquida

Indicadores Financeiros (R\$)	31/03/2024	31/12/2023	Var. %
Dívida Bruta	3.199,8 M	3.261,0 M	-1,9%
Posição de Caixa	1.157,2 M	1.175,4 M	-1,5%
Dívida Líquida	2.042,6 M	2.085,6 M	-2,1%
EBITDA 12M	1.544,0 M	1.510,9M	+2,2%
Valor justo das propriedades para investimentos	29.201 M	28.958 M	+0,8%
Dívida Líquida/EBITDA	1,32x	1,38x	-4,2%
Dívida Bruta/EBITDA	2,07x	2,16x	-4,0%
EBITDA/Despesa Financeira Líquida	7,93x	6,69x	+18,5%
Dívida Líquida/Valor Justo	7,0%	7,2%	+21 p.b.
Dívida Total/Patrimônio Líquido	0,45x	0,47x	-4,0%
Dívida Líquida/Valor de Mercado	13,3%	12,2%	+107 p.b.
Prazo Médio de Amortização (meses)	40	42	-5,2%

# Resultados Financeiros

## Lucro líquido

### Lucro líquido

#### Crescimento de dois dígitos, margem superior a 50% e um (novo) recorde

No 1T24, o lucro líquido da Companhia registrou um aumento de 28,9% em relação ao 1T23, totalizando R\$267,0 milhões – o maior valor já registrado para um primeiro trimestre.

Além do aumento do EBITDA, o resultado do lucro líquido foi alavancado pela redução de 25,8% da depreciação, de 18,1% das despesas financeiras e de uma alíquota tributária inferior.

A margem líquida ficou em 51,0%, um aumento de 706 p.b. em relação ao 1T23.

O lucro líquido de mar/24 (12M) totalizou R\$1.080,2 milhões, um aumento de 34,2% em relação a mar/23 (12M), refletido em um CAGR<sup>1</sup> de 18,0% em um período de cinco anos.

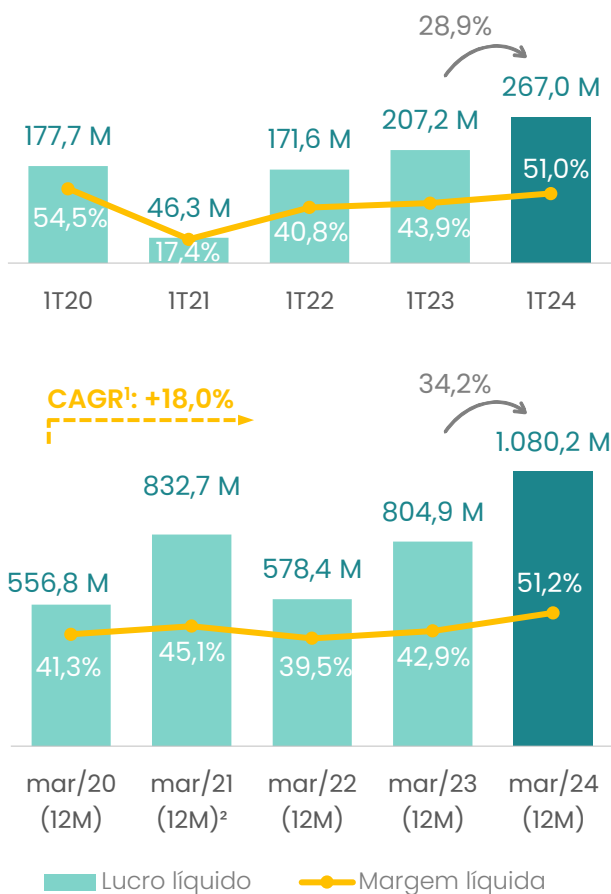
<sup>1</sup> CAGR significa Taxa de Crescimento Anual Composta.

#### Juros sobre o capital próprio: R\$596,0 milhões nos últimos doze meses

Em mar/24, a Companhia aprovou R\$90,0 milhões em Juros sobre Capital Próprio (JCP) a serem pagos até março de 2025.

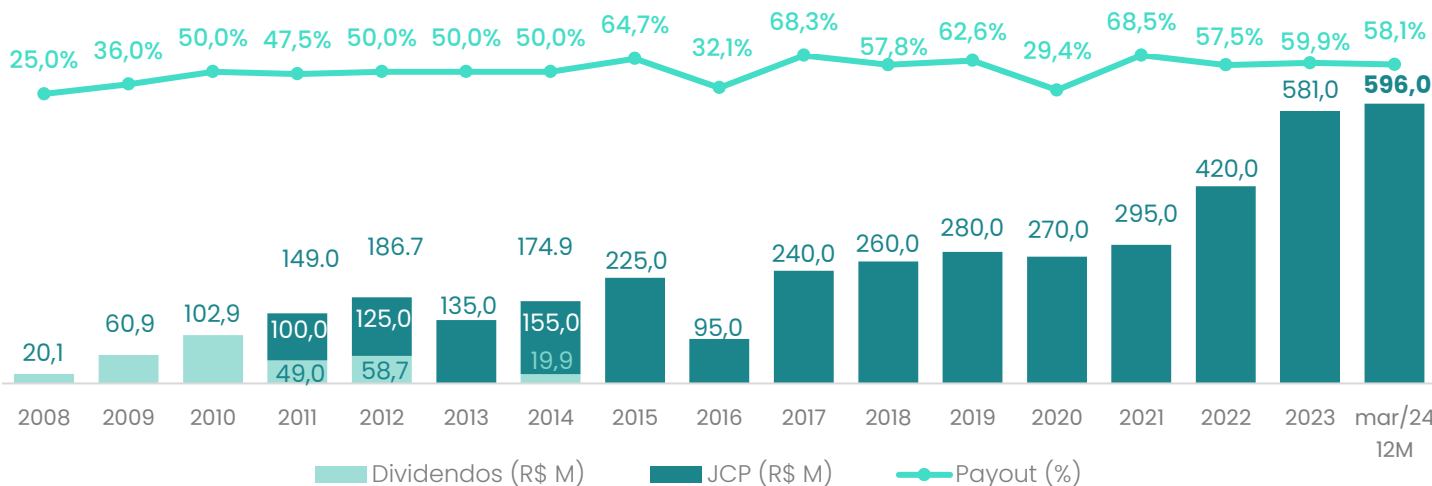
Nos últimos doze meses (mar/24), o valor total de JCP aprovado foi de R\$596,0 milhões, um *payout ratio* de 58,1% no período.

Lucro líquido (R\$) e margem (%)



<sup>2</sup> Lucro líquido beneficiado pela venda da Diamond Tower (no 3T20).

Distribuição de remuneração aos acionistas



# Resultados Financeiros

## Fluxo de caixa operacional (FFO)

### Fluxo de caixa operacional (FFO)

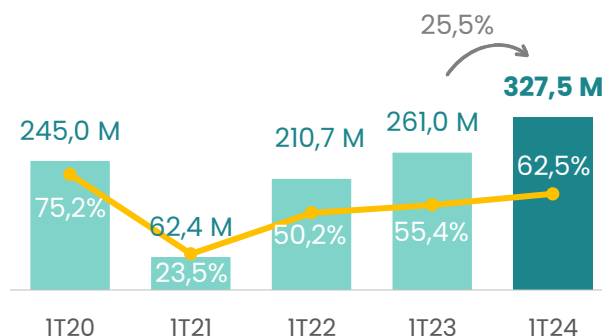
#### Repetindo o histórico de dois dígitos

No 1T24, o FFO atingiu R\$327,5 milhões, um aumento de 25,5% em relação ao 1T23, em linha com o crescimento do lucro líquido.

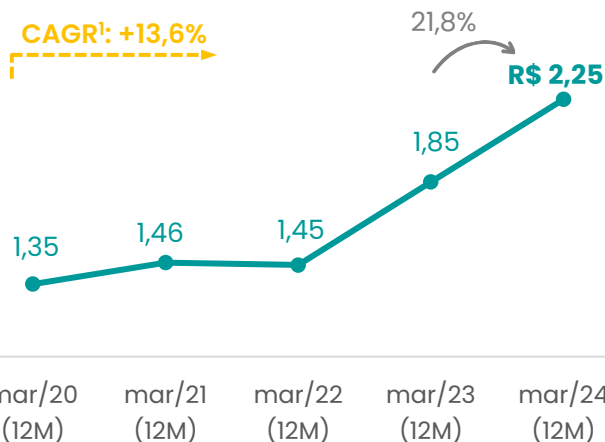
Nos últimos 12 meses, o FFO totalizou R\$1.309,5 milhões, um aumento de 20,9% em relação a mar/23 (12M).

O FFO por ação chegou a R\$2,25 nos últimos 12 meses, aumentando 21,8% em relação a mar/23 (12M) e com um CAGR<sup>1</sup> de 13,6% em um período de cinco anos.

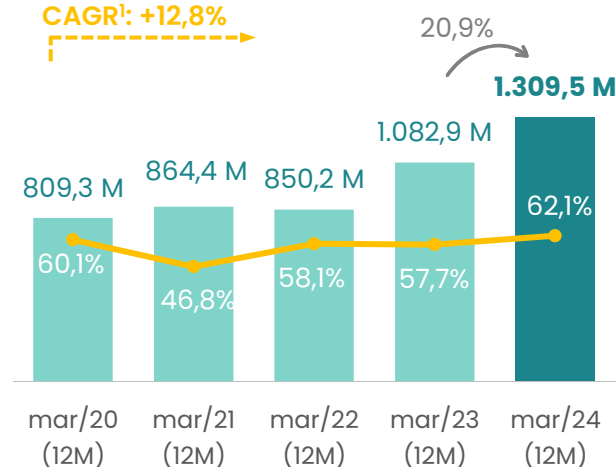
FFO (R\$) e margem FFO (%)



FFO por ação<sup>2</sup> (R\$)



CAGR<sup>1</sup>: +12,8%



<sup>1</sup>CAGR significa Taxa Anual de Crescimento Composta.  
<sup>2</sup>Considera as ações em circulação ao final de cada período menos as ações em tesouraria.

■ FFO ● Margem FFO

FFO (R\$)	1T24	1T23	Var.%	mar/24 (12M)	mar/23 (12M)	Var.%
<b>Lucro Líquido</b>	267,0 M	207,2 M	+28,9%	1.080,2 M	804,9 M	+34,2%
(-) Depreciações e amortizações	(34,6 M)	(46,6 M)	-25,8%	(137,6 M)	(203,1 M)	-32,2%
(-) Imposto de renda e contrib. social diferidos	(31,4 M)	(7,4 M)	n.d.	(55,9 M)	(7,2 M)	n.d.
(-) Aprop. receita de aluguel linear	5,5 M	0,2 M	n.d.	(35,8 M)	(67,7 M)	-47,2%
<b>FFO</b>	<b>327,5 M</b>	<b>261,0 M</b>	<b>+25,5%</b>	<b>1.309,5 M</b>	<b>1.082,9 M</b>	<b>+20,9%</b>
<b>Margem FFO</b>	62,5%	55,4%	+719 p.b.	62,1%	57,7%	+439 p.b.

# Capex

## Capex

### Expansão do ParkShoppingBarigüi a todo vapor: mais da metade do Capex

A Multiplan investiu R\$139,9 milhões durante o IT24 - uma redução de 35,1% em relação ao IT23 - dos quais 53,8% foram alocados na expansão do ParkShoppingBarigüi.

Foram investidos R\$81,2 milhões no IT24 em expansões de shopping centers, com a maior parte desse valor alocada nos projetos do ParkShoppingBarigüi e DiamondMall.

Durante o período, "Revitalizações, TI, Inovação Digital e Outros" totalizaram R\$58,6 milhões. Quanto às revitalizações, que corresponderam a R\$49,3 milhões no IT24, os investimentos foram relacionados principalmente ao DiamondMall, ParkShoppingCampoGrande, ParkShoppingSãoCaetano e MorumbiShopping.

Para demonstrar a importância das revitalizações como um catalisador para melhorar o desempenho dos shoppings, veja o estudo de caso do New York City Center, na página 25.

**Evento recente:** Em abr/24, a Multiplan anunciou que exerceu o seu direito de preferência relacionado à aquisição dos 9,0% restantes de participação no ParkJacarepaguá. A transação está sujeita ao cumprimento de condições precedentes.

### Detalhamento do CAPEX

CAPEX (R\$)	IT24
Desenvolvimento de <i>Greenfields</i>	0,0 M
Expansões	81,2 M
Revitalizações, TI, Inovação Digital e Outros	58,6 M
Aquisição de Participação Minoritária	0,0 M
<b>Total</b>	<b>139,9 M</b>



# Análise das Propriedades para investimento

## Valor Justo

### Valor Justo das propriedades para investimento

#### De acordo com CPC 28

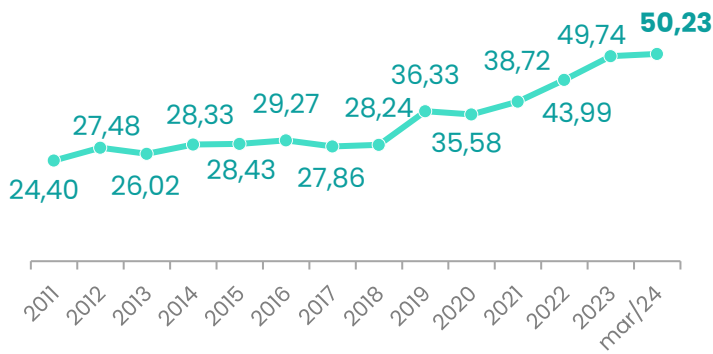
A Multiplan avaliou internamente suas Propriedades para Investimento e determinou seu Valor Justo seguindo a metodologia de Fluxo de Caixa Descontado (DCF). A Companhia calculou o valor presente dos fluxos de caixa utilizando uma taxa de desconto seguindo o modelo CAPM - Capital Asset Pricing Model. Foram consideradas premissas de risco e retorno com base em estudos realizados e publicados por Aswath Damodaran (professor da NYU), o desempenho das ações da Companhia (Beta), projeções macroeconômicas publicadas pelo Banco Central e dados sobre o prêmio de risco país.

Para mais detalhes, consulte as Demonstrações Financeiras da Companhia de 31 de março de 2024, disponíveis no site de RI da Multiplan.

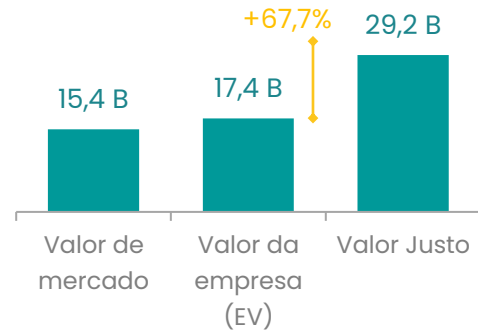


BarraShopping

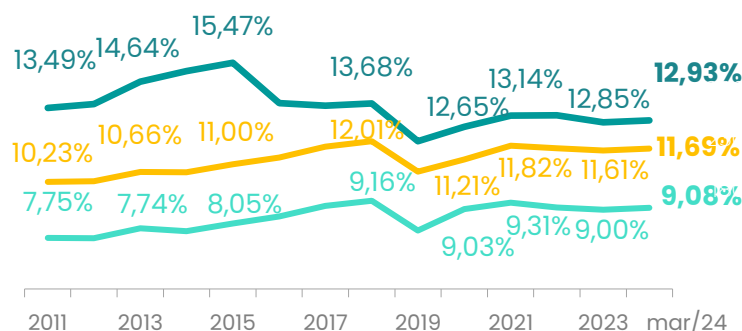
### Valor justo por ação (R\$)



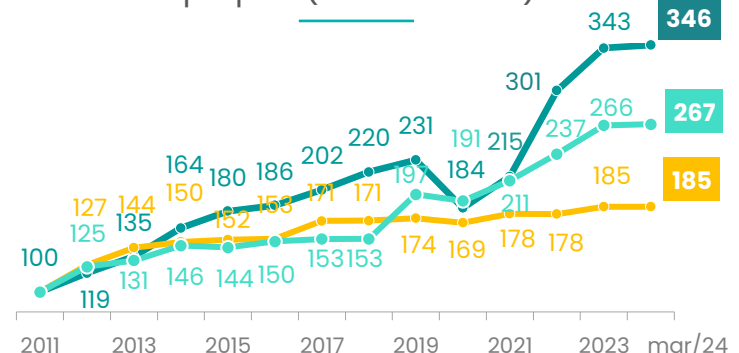
### Comparação entre métricas de valor (mar/24)



### Evolução das taxas de desconto



### Crescimento do Valor Justo, NOI e ABL própria (Base 100: 2011)



- Custo de capital próprio - BRL nominal
- Custo de capital próprio - US\$ nominal
- Custo de capital próprio - Termos reais

- NOI das propriedades em operação
- ABL Própria das propriedades em operação
- Valor Justo das propriedades em operação





MorumbiShopping – Evento de mágica

## Análise das Propriedades para investimento

### Valor Justo

Custo de Capital Próprio	1T24	2023	2022	2021	2020
Taxa livre de risco ( <i>Risk-free rate</i> )	3,30%	3,30%	3,29%	3,28%	3,32%
Prêmio de risco de mercado	6,50%	6,50%	6,34%	6,69%	6,47%
Beta	0,98	0,97	0,98	0,96	0,87
Risco país	198 p.b.	200 p.b.	202 p.b.	194 p.b.	224 p.b.
Prêmio de risco adicional	7 p.b.	7 p.b.	19 p.b.	27 p.b.	27 p.b.
<b>Custo de capital próprio – US\$ nominal</b>	<b>11,69%</b>	<b>11,61%</b>	<b>11,71%</b>	<b>11,82%</b>	<b>11,21%</b>
<b>Premissas de inflação</b>					
Inflação (Brasil) <sup>1</sup>	3,53%	3,54%	3,72%	3,50%	3,32%
Inflação (EUA)	2,39%	2,40%	2,40%	2,30%	2,00%
<b>Custo de capital próprio – R\$ nominal</b>	<b>12,93%</b>	<b>12,85%</b>	<b>13,15%</b>	<b>13,14%</b>	<b>12,65%</b>

<sup>1</sup> A inflação estimada (BR) para o 1T24 e Dezembro de 2023 considera a média dos fluxos de caixa futuros de 10 anos. Os modelos de inflação estimada (BR) para 2020, 2021 e 2022 consideraram a inflação prevista para os 4 anos seguintes.

Valor Justo de Propriedades para Investimento (R\$)	1T24	2023	2022	2021	2020
Shopping centers e torres comerciais em operação	28.653 M	28.487 M	25.455 M	22.653 M	20.459 M
Projetos em desenvolvimento	396 M	320 M	97 M	54 M	481 M
Projetos futuros	152 M	152 M	193 M	189 M	174 M
<b>Total</b>	<b>29.201 M</b>	<b>28.958 M</b>	<b>25.745 M</b>	<b>22.896 M</b>	<b>21.114 M</b>



## Portfólio de ativos

Portfólio (IT24)	Abertura	Estado	Multiplan %	ABL Total	Vendas (mês) <sup>1</sup>	Aluguel (mês) <sup>2</sup>	Taxa de ocupação média
<i>Shoppings</i>							
BH Shopping	1979	MG	100,0%	47.082 m <sup>2</sup>	2.809 R\$/m <sup>2</sup>	280 R\$/m <sup>2</sup>	98,6%
RibeirãoShopping	1981	SP	86,5%	75.078 m <sup>2</sup>	1.607 R\$/m <sup>2</sup>	133 R\$/m <sup>2</sup>	96,9%
BarraShopping	1981	RJ	65,8%	77.697 m <sup>2</sup>	3.179 R\$/m <sup>2</sup>	382 R\$/m <sup>2</sup>	96,7%
MorumbiShopping	1982	SP	73,7%	55.123 m <sup>2</sup>	3.775 R\$/m <sup>2</sup>	413 R\$/m <sup>2</sup>	98,4%
ParkShopping	1983	DF	73,5%	53.226 m <sup>2</sup>	2.483 R\$/m <sup>2</sup>	239 R\$/m <sup>2</sup>	93,4%
DiamondMall	1996	MG	90,0% <sup>3</sup>	21.353 m <sup>2</sup>	2.782 R\$/m <sup>2</sup>	270 R\$/m <sup>2</sup>	96,8%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	21.695 m <sup>2</sup>	839 R\$/m <sup>2</sup>	89 R\$/m <sup>2</sup>	91,6%
ShoppingAnáliaFranco	1999	SP	30,0%	51.590 m <sup>2</sup>	2.483 R\$/m <sup>2</sup>	239 R\$/m <sup>2</sup>	93,9%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	93,3%	52.306 m <sup>2</sup>	2.208 R\$/m <sup>2</sup>	164 R\$/m <sup>2</sup>	99,3%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	21.089 m <sup>2</sup>	2.250 R\$/m <sup>2</sup>	228 R\$/m <sup>2</sup>	97,1%
ShoppingSantaÚrsula	1999	SP	100,0%	23.336 m <sup>2</sup>	649 R\$/m <sup>2</sup>	25 R\$/m <sup>2</sup>	93,5%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	75.581 m <sup>2</sup>	1.076 R\$/m <sup>2</sup>	107 R\$/m <sup>2</sup>	97,5%
ShoppingVilaOlímpia	2009	SP	60,0%	28.373 m <sup>2</sup>	1.486 R\$/m <sup>2</sup>	111 R\$/m <sup>2</sup>	79,4%
ParkShoppingSão Caetano	2011	SP	100,0%	39.252 m <sup>2</sup>	1.977 R\$/m <sup>2</sup>	138 R\$/m <sup>2</sup>	95,5%
JundiaíShopping	2012	SP	100,0%	36.475 m <sup>2</sup>	1.534 R\$/m <sup>2</sup>	113 R\$/m <sup>2</sup>	98,5%
ParkShoppingCampo Grande	2012	RJ	90,0%	43.776 m <sup>2</sup>	1.406 R\$/m <sup>2</sup>	89 R\$/m <sup>2</sup>	94,7%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	28.437 m <sup>2</sup>	3.245 R\$/m <sup>2</sup>	165 R\$/m <sup>2</sup>	96,6%
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	39.891 m <sup>2</sup>	1.320 R\$/m <sup>2</sup>	64 R\$/m <sup>2</sup>	98,3%
ParkShopping Canoas	2017	RS	82,3%	49.062 m <sup>2</sup>	1.260 R\$/m <sup>2</sup>	95 R\$/m <sup>2</sup>	93,1%
ParkJacarepaguá	2021	RJ	91,0%	39.930 m <sup>2</sup>	1.574 R\$/m <sup>2</sup>	99 R\$/m <sup>2</sup>	94,1%
<b>Subtotal shoppings</b>			<b>81,1%</b>	<b>880.350 m<sup>2</sup></b>	<b>2.080 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>188 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>95,7%</b>
<i>Torres corporativas</i>							
ParkShopping Corporate	2012	DF	70,0%	13.302 m <sup>2</sup>			82,0%
Morumbi Corporate – Golden Tower	2013	SP	100,0%	37.280 m <sup>2</sup> <sup>4</sup>			94,4%
<b>Subtotal torres corporativas</b>			<b>92,1%</b>	<b>50.582 m<sup>2</sup></b>			
<b>Total portfólio</b>			<b>81,7%</b>	<b>930.932 m<sup>2</sup></b>			

<sup>1</sup> Vendas por m<sup>2</sup>: o cálculo de vendas/m<sup>2</sup> considera apenas a ABL de lojas âncoras e satélites que reportam vendas, e exclui as vendas de quiosques, pois estas operações não estão incluídas na ABL total.

<sup>2</sup> Aluguel por m<sup>2</sup>: soma de aluguel mínimo e complementar cobrado dos lojistas dividido pelas respectivas ABL. É válido notar que esta ABL também inclui lojas que já estão locadas, contudo ainda não começaram a operar.

<sup>3</sup> Arrendamento até 2030 e 75,05% de participação em diante.

<sup>4</sup> Inclui 828 m<sup>2</sup> da área gourmet localizada no Morumbi Corporate.



# Portfólio de ativos

Shopping center

Torre para locação

Em construção (empreendimentos imobiliários)



## São Paulo – SP

### São Paulo

- ShoppingAnália Franco
- MorumbiShopping
- ShoppingVilaOlimpia
- Morumbi Corporate – Golden Tower

### Jundiaí

- JundiaíShopping

### Ribeirão Preto

- ShoppingSantaÚrsula
- RibeirãoShopping

### São Caetano

- ParkShopping SãoCaetano

## Paraná – PR

### Curitiba

- ParkShopping Barigüi

## Rio Grande do Sul – RS

### Porto Alegre

- BarraShoppingSul
- Golden Lake

### Canoas. RS

- ParkShopping Canoas

## Alagoas – AL

### Maceió

- Parque Shopping Maceió

## Distrito Federal – DF

### Brasília

- ParkShopping
- ParkShopping Corporate

## Minas Gerais – MG

### Belo Horizonte

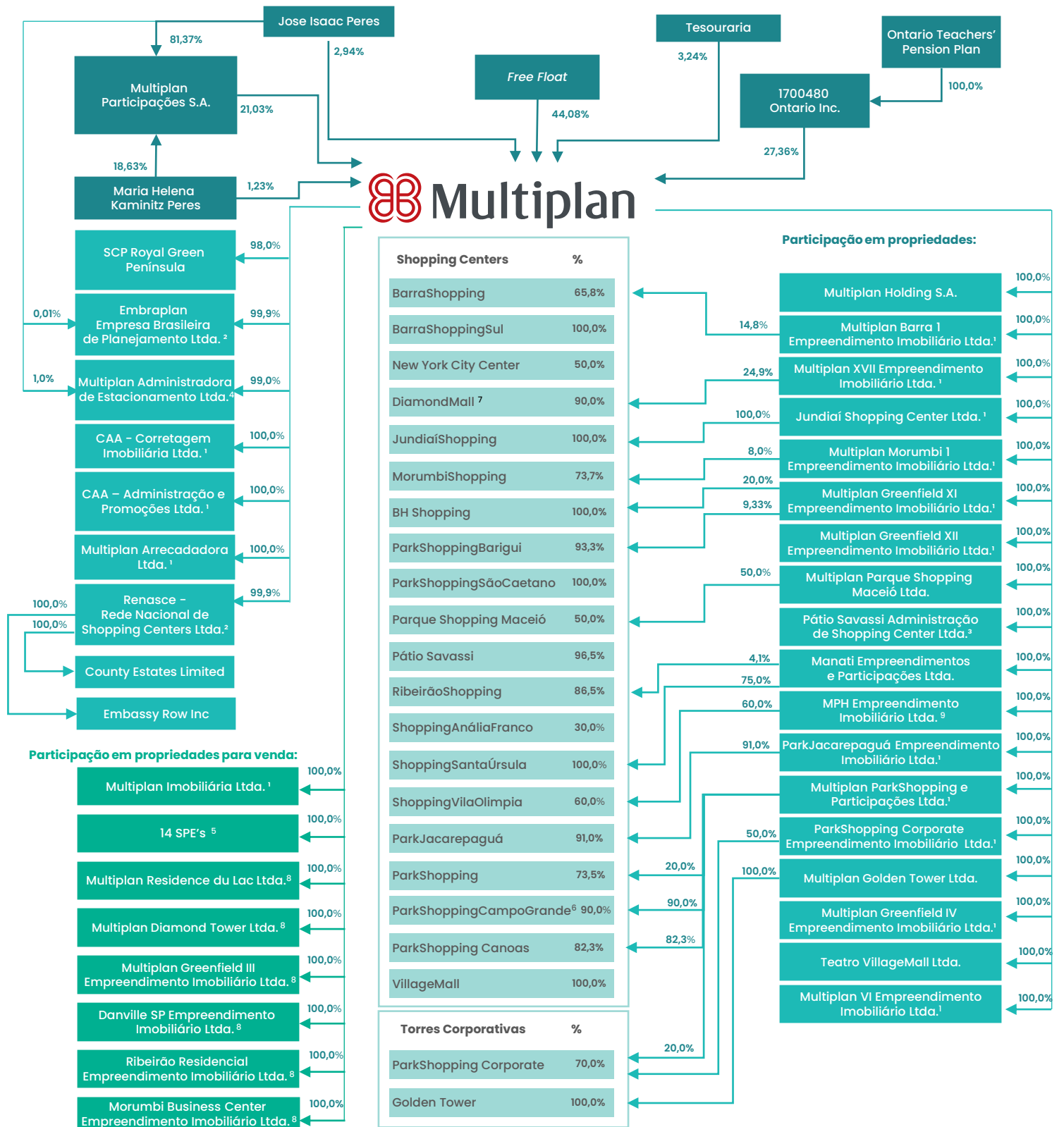
- Pátio Savassi
- DiamondMall
- BH Shopping

## Rio de Janeiro – RJ

- BarraShopping
- New York City Center
- VillageMall
- ParkShopping CampoGrande
- ParkJacarepaguá



# Estrutura Societária



<sup>1</sup> A Multiplan Holding S.A. possui uma participação igual ou menor que 1,00% nessas sociedades.

<sup>2</sup> José Isaac Peres possui participação de 0,01% nessas Sociedades.

<sup>3</sup> Renasce - Rede Nacional de Shopping Centers Ltda. possui 0,01% de participação nessa Sociedade.

<sup>4</sup> José Isaac Peres possui 1,00% de participação nessa Sociedade.

<sup>5</sup> 14 SPE's relacionadas a projetos imobiliários para venda em andamento.

<sup>6</sup> Dos 90% de participação, 40% são direitos aquisitivos.

<sup>7</sup> A Multiplan detém 75,05% do DiamondMall, A Companhia assinou contrato de arrendamento e possui 90% das receitas do shopping até novembro de 2026 e 100% de dezembro de 2026 a novembro 2030.

<sup>8</sup> Multiplan Imobiliária Ltda possui uma participação igual ou menor que 1,00% nessas sociedade.

<sup>9</sup> Morumbi Business Center Ltda. possui 50% da MPH Empreendimento Imobiliário Ltda.

## Estrutura Societária

A Multiplan detém participações nas Sociedades de Propósito Específico (SPE) e nos empreendimentos. Seguem abaixo as principais SPEs da Companhia:

**MPH Empreendimento Imobiliário Ltda.:** possui 60,0% de participação no ShoppingVilaOlimpia, localizado na cidade de São Paulo, SP. A Multiplan, através de participações direta e indireta, possui 100,0% de participação na MPH.

**Manati Empreendimentos e Participações Ltda.:** possui 75,0% de participação no ShoppingSantaÚrsula, localizado na cidade de Ribeirão Preto, SP, que combinada com a participação de 25,0% detida diretamente pela Multiplan no empreendimento totaliza 100,0%. Possui, ainda, 4,1% de participação no Ribeirão Shopping, que combinada com a participação de 82,5% detida diretamente pela Multiplan no empreendimento totaliza aproximadamente 86,5%. A Multiplan possui uma participação de 100,0% na Manati Empreendimentos e Participações S.A.

**Danville SP Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de empreendimento imobiliário na cidade de Ribeirão Preto, SP.

**Multiplan Holding S.A.:** subsidiária integral da Multiplan, que tem por objeto a participação em outras sociedades do grupo Multiplan.

**Ribeirão Residencial Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de empreendimento imobiliário na cidade de Ribeirão Preto, SP.

**Multiplan Residence du Lac Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de empreendimento imobiliário na cidade de Porto Alegre, RS.

**Morumbi Business Center Empreendimento Imobiliário Ltda.:** possui 30,0% de participação indireta no ShoppingVilaOlimpia via 50,0% de participação na MPH, que por sua vez possui 60,0% de participação no ShoppingVilaOlimpia. A Multiplan possui 100,0% de participação na Morumbi Business Center Empreendimento Imobiliário Ltda.

**Multiplan Diamond Tower Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de empreendimento imobiliário na cidade de Porto Alegre, RS.

**Multiplan Golden Tower Ltda.:** possui 100,0% de participação na Golden Tower, parte do Morumbi Corporate, um empreendimento imobiliário comercial na cidade de São Paulo, SP.

**Multiplan Greenfield III Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de empreendimento imobiliário na cidade do Rio de Janeiro, RJ.

**Multiplan Greenfield IV Empreendimento Imobiliário Ltda.:** possui 100,0% de participação no Plaza Gourmet da Diamond Tower e realiza a gestão administrativa, financeira, operacional e comercial de alguns shopping centers do portfólio da Multiplan.

**Multiplan Administradora de Estacionamento Ltda.:** atua na gestão dos estacionamentos dos shopping centers próprios, bem como na exploração de serviços e negócios de diversões dirigidos ao público infantil, através de espaços de lazer em seus shopping centers, e na prestação de serviços correlatos.

**Multiplan Arrecadadora Ltda.:** atua na arrecadação de alugueis, encargos comuns, específicos, receitas de fundos de promoção e outras receitas decorrentes da exploração e comercialização de espaços comerciais, especialmente shoppings centers.

**Jundiaí Shopping Center Ltda.:** possui 100,0% de participação no JundiaíShopping, localizado na cidade de Jundiaí, SP. A Multiplan possui 100,0% de participação na Jundiaí Shopping Center Ltda.

**ParkShopping Corporate Empreendimento Imobiliário Ltda.:** possui 50,0% de participação no ParkShopping Corporate, um empreendimento imobiliário comercial localizado na cidade de Brasília, DF.

**Multiplan ParkShopping e Participações Ltda.:** possui 82,25% de participação no ParkShopping Canoas, localizado na cidade de Canoas, RS, 90,00% de participação no ParkShoppingCampoGrande, localizado na cidade do Rio de Janeiro, 20,00% de participação no ParkShopping Corporate e no ParkShopping, ambos em Brasília, Distrito Federal. Multiplan detém uma participação de 100,0% na Multiplan ParkShopping e Participações Ltda.

**Multiplan Imobiliária Ltda.:** possui participação em outras empresas do grupo Multiplan.

**ParkJacarepaguá Empreendimento Imobiliário Ltda.:** atua na exploração comercial do ParkJacarepaguá, localizado na cidade do Rio de Janeiro, RJ, no qual possui 91,0% de participação.

**Multiplan Barra 1 Empreendimento Imobiliário Ltda.:** possui 14,8% de participação no BarraShopping, localizado na cidade do Rio de Janeiro, RJ, que somada às demais participações detidas pela Multiplan no empreendimento totalizam 65,8%. A Multiplan possui 100,0% de participação na Multiplan Barra 1 Empreendimento Imobiliário Ltda.

**Multiplan Morumbi 1 Empreendimento Imobiliário Ltda.:** possui 8,0% de participação no MorumbiShopping, localizado na cidade de São Paulo, SP, que somada às demais participações detidas pela Multiplan no empreendimento totalizam 73,7%. A Multiplan possui 100,0% de participação na Multiplan Morumbi 1 Empreendimento Imobiliário Ltda.

**Multiplan Greenfield XI Empreendimento Imobiliário Ltda.:** possui 9,33% de participação no ParkShoppingBarigüi, localizado na cidade de Curitiba, PR, que somada às demais participações detidas pela Multiplan no empreendimento totalizam 93,33%, e uma participação de 20,0% no BH Shopping, localizado em Belo Horizonte, MG. A Multiplan possui 100,0% de participação na Multiplan Greenfield XI Empreendimento Imobiliário Ltda.

**Renasce – Rede Nacional de Shopping Centers Ltda.:** realiza a gestão administrativa, financeira, operacional e comercial de alguns shopping centers do portfólio da Multiplan.

**CAA – Administração e Promoções Ltda.:** presta serviços especializados de administração às associações de lojistas de shopping centers do portfólio da Multiplan, incluindo a gestão das taxas de contribuição para o fundo de promoção.

**Multiplan XVII Empreendimento Imobiliário Ltda.:** possui 24,95% de participação no shopping DiamondMall, localizado na cidade de Belo Horizonte, MG, que somada às demais participações detidas pela Multiplan no empreendimento totalizam 75,05%. A Multiplan possui 100,0% de participação na Multiplan XVII Empreendimento Imobiliário Ltda.



# Dados Operacionais e Financeiros

## Destaque operacional e financeiro

Desempenho Financeiro (% Multiplan)	1T24	1T23	Var.%
Receita bruta R\$'000	563.981	498.568	+13,1%
Receita líquida R\$'000	523.619	471.560	+11,0%
Receita líquida R\$/m <sup>2</sup>	708,6	643,2	+10,2%
Receita líquida US\$/pé <sup>2</sup>	13,3	11,5	+15,6%
Receita de locação R\$'000	393.984	384.630	+2,4%
Receita de locação R\$/m <sup>2</sup>	533,2	524,6	+1,6%
Receita de locação US\$/pé <sup>2</sup>	10,0	9,4	+6,7%
Receita de locação mensal R\$/m <sup>2</sup>	175,3	174,8	+0,3%
Receita de locação mensal US\$/pé <sup>2</sup>	3,3	3,1	+5,2%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	419.104	402.728	+4,1%
Resultado Operacional Líquido R\$/m <sup>2</sup>	567,2	549,3	+103,3%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé <sup>2</sup>	10,6	9,8	+8,4%
Margem NOI	90,7%	89,8%	+87 p.b.
NOI por ação R\$	0,72	0,69	+4,8%
Despesas de sede R\$'000	(46.193)	(44.218)	+4,5%
Despesas de sede/Receita líquida	-8,8%	-9,4%	+56 p.b.
EBITDA R\$'000	390.824	357.693	+9,3%
EBITDA R\$/m <sup>2</sup>	528,9	487,9	+8,4%
EBITDA US\$/pé <sup>2</sup>	9,9	8,7	+13,8%
Margem EBITDA	74,6%	75,9%	-121 p.b.
EBITDA por ação R\$	0,67	0,61	+10,0%
FFO R\$'000	327.500	261.014	+25,5%
FFO R\$/m <sup>2</sup>	443,2	356,0	+24,5%
FFO US\$'000	66.145	50.230	+31,7%
FFO US\$/pé <sup>2</sup>	8,3	6,4	+30,7%
Margem FFO	62,5%	55,4%	+719 p.b.
FFO por ação (R\$)	0,56	0,45	+26,3%
<b>Dólar (US\$) câmbio final do período</b>	<b>4,95</b>	<b>5,19</b>	<b>-4,7%</b>

Desempenho de Mercado	1T24	1T23	Var.%
Número de ações	600.760.875	600.760.875	-
Ações ordinárias	600.760.875	600.760.875	+6,3%
Ações preferenciais	-	35.575.041	-100,0%
Preço médio da ação (R\$)	26,91	23,50	+14,5%
Preço de fechamento da ação (R\$)	25,59	24,64	+3,9%
Volume médio diário negociado R\$ '000	97.191	115.017	-15,5%
Valor de mercado R\$ '000	15.373.471	14.802.748	+3,9%
Dívida bruta R\$ '000	3.199.822	3.213.300	-0,4%
Caixa R\$ '000	1.157.173	1.143.390	+1,2%
Dívida líquida R\$ '000	2.042.648	2.069.910	-1,3%
P/FFO (Últimos 12 meses)	11,74 x	13,7 x	-14,1%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	11,3 x	12,6 x	-10,3%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	1,32 x	1,54 x	-14,2%

# Dados Operacionais e Financeiros

## Destaques operacionais e financeiros

Operacional (% Multiplan) <sup>1</sup>	1T24	1T23	Var.%
ABL Shopping Center total final (m <sup>2</sup> )	880.350	875.836	+0,5%
ABL Shopping Center própria final (m <sup>2</sup> )	713.765	706.040	+1,1%
ABL Shopping Center própria %	81,1%	80,6%	+46 p.b.
ABL Torre Comercial total final (m <sup>2</sup> )	50.582	50.582	-
ABL Torre Comercial própria final (m <sup>2</sup> )	46.591	46.591	-
ABL Total final (m <sup>2</sup> )	930.932	926.418	+0,5%
ABL Própria final (m <sup>2</sup> )	760.357	752.631	+1,0%
ABL Shopping Center total ajustada (med.) (m <sup>2</sup> ) <sup>2</sup>	858.980	856.282	+0,3%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) (m <sup>2</sup> ) <sup>2</sup>	692.320	686.608	+0,8%
ABL Torre Comercial total (med.) (m <sup>2</sup> ) <sup>2</sup>	50.582	50.582	-
ABL Torre Comercial própria (med.) (m <sup>2</sup> ) <sup>2</sup>	46.591	46.591	-
ABL Total ajustada (med.) (m <sup>2</sup> ) <sup>2</sup>	909.562	906.864	+0,3%
ABL Própria ajustada (med.) (m <sup>2</sup> ) <sup>2</sup>	738.912	733.199	+0,8%
Vendas totais R\$'000	5.100.621	4.611.476	+10,6%
Vendas totais R\$/m <sup>2</sup> <sup>3</sup>	5.938	5.385	+10,3%
Vendas totais USD/pé <sup>2</sup> <sup>3</sup>	111	96	+15,7%
Vendas das lojas satélites R\$/m <sup>2</sup> <sup>3</sup>	8.416	7.826	+7,5%
Vendas das lojas satélites USD/pé <sup>2</sup> <sup>3</sup>	158	140	+12,9%
Aluguel total R\$/m <sup>2</sup>	563	567	-0,8%
Aluguel total USD/pé <sup>2</sup>	11	10	+4,1%
Vendas nas Mesmas Lojas <sup>3</sup>	8,6%	15,3%	-678 p.b.
Aluguel nas Mesmas Lojas <sup>3</sup>	3,5%	13,2%	-971 p.b.
Efeito do reajuste do IGP-DI	0,2%	+9,4%	-913 p.b.
Custos de ocupação <sup>4</sup>	14,0%	15,0%	-105 p.b.
Aluguel como % das vendas	8,8%	9,6%	-81 p.b.
Outros como % das vendas	5,2%	5,4%	-24 p.b.
Turnover <sup>4</sup>	1,4%	1,2%	+21 p.b.
Taxa de ocupação <sup>4</sup>	95,7%	94,7%	+102 p.b.
Inadimplência bruta	3,7%	4,7%	-104 p.b.
Inadimplência líquida	1,2%	3,2%	-200 p.b.
Perda de aluguel	1,1%	0,9%	+29 p.b.

Exceto para os indicadores de vendas totais, vendas de lojas satélites e custo de ocupação (100%).

<sup>2</sup> ABL ajustada corresponde à ABL média do período excluindo a área do supermercado BIG no BarraShoppingSul, que, no 2T23, foi substituído pelos supermercados Carrefour e Sam's Club.

<sup>3</sup> Considera apenas lojas que reportam venda e desconsidera vendas reportadas por quiosques.

<sup>4</sup> Considera apenas informação de shopping centers. Turnover calculado pela ABL administrada pela Multiplan.



## Anexos

## Demonstração de Resultados Consolidados – De acordo com o pronunciamento contábil CPC 19 (R2)

IFRS com CPC 19 (R2)			
(R\$'000)	1T24	1T23	Var. %
Receita de locação	388.493	378.425	+2,7%
Receita de serviços	39.603	35.591	+11,3%
Receita de cessão de direitos	5.348	(1.451)	n.d.
Receita de estacionamento	68.168	62.328	+9,4%
Venda de imóveis	22.196	10.367	+114,1%
Apropriação de receita de aluguel linear	5.491	687	+699,0%
Outras receitas	34.683	5.550	+525,0%
<b>Receita Bruta</b>	<b>563.981</b>	<b>491.496</b>	<b>+14,7%</b>
Tributos sobre receitas	(40.363)	(26.712)	+51,1%
<b>Receita Líquida</b>	<b>523.619</b>	<b>464.784</b>	<b>+12,7%</b>
Despesas de sede	(46.193)	(44.211)	+4,5%
Remuneração baseada em ações	(18.078)	(9.897)	+82,7%
Despesas de propriedades	(43.048)	(44.728)	-3,8%
Despesas de projetos para locação	(1.271)	(605)	+110,2%
Despesas de projetos para venda	(4.669)	(6.686)	-30,2%
Custo de imóveis vendidos	(16.806)	(6.925)	+142,7%
Resultado de equivalência patrimonial	(37)	4.750	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	(2.694)	411	n.d.
<b>EBITDA</b>	<b>390.824</b>	<b>356.894</b>	<b>+9,5%</b>
Receitas financeiras	48.732	35.849	+35,9%
Despesas financeiras	(84.861)	(103.589)	-18,1%
Depreciações e amortizações	(34.566)	(46.104)	-25,0%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>320.129</b>	<b>243.050</b>	<b>+31,7%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(21.665)	(28.011)	-22,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(31.397)	(7.800)	+302,5%
Participação dos acionistas minoritários	(39)	(36)	+8,4%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>267.028</b>	<b>207.202</b>	<b>+28,9%</b>

(R\$'000)	1T24	1T23	Var. %
<b>NOI</b>	<b>419.104</b>	<b>39.712</b>	<b>5,6%</b>
Margem NOI	90,7%	89,9%	+82 p.b.
<b>EBITDA</b>	<b>390.824</b>	<b>356.894</b>	<b>9,5%</b>
Margem EBITDA	74,6%	76,8%	-215 p.b.
<b>EBITDA de Propriedades<sup>1</sup></b>	<b>395.528</b>	<b>357.698</b>	<b>10,6%</b>
Margem EBITDA de Propriedades <sup>1</sup>	78,6%	78,6%	+1 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>267.028</b>	<b>207.202</b>	<b>28,9%</b>
Margem Líquida	51,0%	44,6%	+642 p.b.
<b>FFO</b>	<b>327.500</b>	<b>260.419</b>	<b>25,8%</b>
Margem FFO	62,5%	56,0%	+652 p.b.

<sup>1</sup> Não considera operações imobiliárias para venda (receitas, impostos, custos e despesas) e despesas relacionadas a desenvolvimentos futuros. Despesa de sede e remuneração baseada em ações proporcionais ao percentual da receita bruta de shopping center com a receita bruta da Companhia.

Nota: os números podem diferir ligeiramente do Relatório Financeiro Trimestral (ITR) devido arredondamentos.





## Anexos

## Demonstração de Resultados Consolidados – Gerencial

(R\$'000)	1T24	1T23	Var.%
Receita de locação	388.493	384.418	+1,1%
Receita de serviços	39.603	35.591	+11,3%
Receita de cessão de direitos	5.348	(1.408)	n.d.
Receita de estacionamento	68.168	63.782	+6,9%
Venda de imóveis	22.196	10.367	+114,1%
Apropriação de receita de aluguel linear	5.491	212	+2.491,1%
Outras receitas	34.683	5.607	+518,6%
<b>Receita Bruta</b>	<b>563.981</b>	<b>498.568</b>	<b>+13,1%</b>
Tributos sobre receitas	(40.363)	(27.009)	+49,4%
<b>Receita Líquida</b>	<b>523.619</b>	<b>471.560</b>	<b>+11,0%</b>
Despesas de sede	(46.193)	(44.218)	+4,5%
Remuneração baseada em ações	(18.078)	(9.897)	+82,7%
Despesas de propriedades	(43.048)	(45.684)	-5,8%
Despesas de projetos para locação	(1.271)	(605)	+110,2%
Despesas de projetos para venda	(4.669)	(6.686)	-30,2%
Custo de imóveis vendidos	(16.806)	(6.925)	+142,7%
Resultado de equivalência patrimonial	(37)	-	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	(2.694)	149	n.d.
<b>EBITDA</b>	<b>390.824</b>	<b>357.693</b>	<b>+9,3%</b>
Receitas financeiras	48.732	36.318	+34,2%
Despesas financeiras	(84.861)	(103.593)	-18,1%
Depreciações e amortizações	(34.566)	(46.599)	-25,8%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>320.129</b>	<b>243.820</b>	<b>+31,3%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(21.665)	(29.156)	-25,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(31.397)	(7.424)	+322,9%
Participação dos acionistas minoritários	(39)	(36)	+8,4%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>267.028</b>	<b>207.202</b>	<b>+28,9%</b>

(R\$'000)	1T24	1T23	Var.%
<b>NOI</b>	<b>419.104</b>	<b>402.728</b>	<b>+4,1%</b>
Margem NOI	90,7%	89,8%	+87 p.b.
<b>EBITDA de Propriedades<sup>1</sup></b>	<b>395.528</b>	<b>363.229</b>	<b>+8,9%</b>
Margem EBITDA de Propriedades <sup>1</sup>	78,6%	78,7%	-3 p.b.
<b>EBITDA</b>	<b>390.824</b>	<b>357.693</b>	<b>+9,3%</b>
Margem EBITDA	74,6%	75,9%	-121 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>267.028</b>	<b>207.202</b>	<b>+28,9%</b>
Margem Líquida	51,0%	43,9%	+706 p.b.
<b>Fluxo de Caixa Operacional (FFO)</b>	<b>327.500</b>	<b>261.014</b>	<b>+25,5%</b>
Margem FFO	62,5%	55,4%	+719 p.b.

<sup>1</sup> Não considera operações imobiliárias para venda (receitas, impostos, custos e despesas) e despesas relacionadas a desenvolvimentos futuros. Despesa de sede e remuneração baseada em ações proporcionais ao percentual da receita bruta de shopping center com a receita bruta da Companhia.

Nota: os números podem diferir ligeiramente do Relatório Financeiro Trimestral (ITR) devido arredondamentos.

## Anexos

### Balanço Patrimonial: Gerencial

Ativo (R\$'000)	31/03/2024	31/12/2023	Var.%
Disponibilidades e valores equivalentes	1.157.173	1.175.380	-1,5%
Contas a receber	408.009	471.625	-13,5%
Terrenos e imóveis a comercializar	159.129	142.371	+11,8%
Partes relacionadas	36.376	38.540	-5,6%
Impostos e contribuições sociais a compensar	69.708	79.387	-12,2%
Custos diferidos	46.693	51.916	-10,1%
Outros	30.963	26.393	+17,3%
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>1.908.053</b>	<b>1.985.612</b>	<b>-3,9%</b>
Contas a receber	12.609	13.939	-9,5%
Terrenos e imóveis a comercializar	489.383	484.365	+1,0%
Partes relacionadas	41.222	53.427	-22,8%
Depósitos judiciais	160.462	157.778	+1,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	20.043	16.090	+24,6%
Custos diferidos	128.724	127.268	+1,1%
Outros	1.191	1.191	-
Investimentos	2.156	2.191	-1,6%
Propriedades para investimento	8.318.355	8.216.643	+1,2%
Imobilizado	99.637	98.589	+1,1%
Intangível	382.557	379.831	+0,7%
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>9.656.339</b>	<b>9.551.312</b>	<b>+1,1%</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>11.564.392</b>	<b>11.536.924</b>	<b>+0,2%</b>
Passivo (R\$'000)	31/03/2024	31/12/2023	Var.%
Empréstimos e financiamentos	99.834	122.063	-18,2%
Debêntures	385.868	348.432	+10,7%
Contas a pagar	149.828	223.361	-32,9%
Obrigações por aquisição de bens	34.795	61.058	-43,0%
Impostos e contribuições a recolher	31.254	36.127	-13,5%
Juros sobre capital próprio a pagar	514.400	532.460	-3,4%
Receitas diferidas	19.021	19.625	-3,1%
Outros	57.930	59.078	-1,9%
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>1.292.932</b>	<b>1.402.204</b>	<b>-7,8%</b>
Empréstimos e financiamentos	979.842	1.011.888	-3,2%
Contas a pagar	34.372	36.540	-5,9%
Debêntures	1.684.682	1.683.914	+0,05%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	321.449	286.099	+12,4%
Obrigações por aquisição de bens	14.800	33.619	-56,0%
Débito com partes relacionadas	83.140	83.140	-
Outros	2.590	1.296	+99,8%
Provisão para contingências	19.946	19.048	+4,7%
Receitas diferidas	42.892	45.178	-5,1%
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>3.183.713</b>	<b>3.200.722</b>	<b>-0,5%</b>
Patrimônio Líquido			
Capital	2.988.062	2.988.062	-
Reserva de capital	1.049.100	1.050.939	-0,2%
Reserva de lucros	3.446.451	3.446.451	-0,0%
Gasto com emissão de ações	(43.548)	(43.548)	-
Ações em tesouraria	(439.573)	(417.994)	+5,2%
Efeitos em transação de capital	(89.995)	(89.996)	-
Dividendos adicionais propostos	(90.000)	-	n,a
Lucros acumulados	267.127	(0)	n,a
Participação dos acionistas minoritários	123	82	+49,9%
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>7.087.747</b>	<b>6.933.998</b>	<b>+2,2%</b>
<b>Total do Passivo</b>	<b>11.564.392</b>	<b>11.536.924</b>	<b>+0,2%</b>

Nota: os números podem diferir ligeiramente do Relatório Financeiro Trimestral (ITR) devido arredondamentos.

## Anexos

### **Relacionamento com os auditores independentes** Instrução CVM 381/2003

Em atendimento ao disposto na Instrução da Comissão de Valores Mobiliários ("CVM") nº 381, de 14 de janeiro de 2003, a Companhia informa que não foram contratados quaisquer outros serviços não relacionados com auditoria externa junto aos nossos auditores independentes e/ou suas partes relacionadas durante o primeiro trimestre de 2024.

A Companhia adota políticas de governança que visam evitar conflitos de interesse e preservar a independência e objetividade dos auditores independentes contratados, quais sejam: (i) o auditor não deve auditar seu próprio trabalho; (ii) o auditor não deve exercer funções gerenciais no seu cliente; e (iii) o auditor não deve promover os interesses do seu cliente.

## Glossário

**12M:** dado acumulado dos últimos 12 meses.

**ABL:** Área Bruta Locável, correspondente ao somatório de todas as áreas disponíveis para locação em shopping centers e torres comerciais, exceto Merchandising.

**ABL Própria:** refere-se à ABL total ponderada pela participação da Multiplan em cada shopping center e torre comercial.

**Abrasc:** Associação Brasileira de Shopping Centers.

**Aluguel complementar:** É a diferença (quando positiva) entre o aluguel mínimo e o aluguel com base em percentual das vendas, conforme definida em contrato.

**Aluguel mínimo (ou Aluguel-base):** É o aluguel mínimo do contrato de locação de um lojista. Caso um lojista não tenha contratado um aluguel-base, o aluguel mínimo será uma porcentagem de suas vendas.

**Aluguel nas Mesmas Lojas (na sigla em inglês SSR (Same Store Rent)):** Variação do aluguel faturado das lojas em operação nos dois períodos comparados. O SSR pode ser afetado pela concessão ou remoção de concessões de aluguel.

**Aluguel por m<sup>2</sup>:** soma do aluguel mínimo e complementar faturado dos lojistas dividido pelas respectivas ABL ocupadas. É válido notar que esta ABL inclui lojas que já estão locadas, contudo ainda não começaram a operar (ex: lojas que estão sendo preparadas para a inauguração).

**Aluguel sazonal:** Aluguel adicional cobrado da maioria dos locatários geralmente em dezembro, devido às maiores vendas promovidas pelo Natal.

**B3 (B3 – Brasil, Bolsa, Balcão):** é a bolsa de valores brasileira, antiga Bolsa de Valores de São Paulo.

**Banco de terrenos:** Terrenos disponíveis à Companhia no entorno de seus ativos para o desenvolvimento de projetos futuros.

**Brownfield:** desenvolvimento de expansões ou projetos multiuso em shopping centers existentes.

**CAGR (Compounded Annual Growth Rate):** Taxa de Crescimento Anual Composta. Corresponde à média geométrica da taxa de crescimento em bases anuais.

**CAPEX: (Capital Expenditure):** Montante de recursos destinados ao desenvolvimento de novos shopping centers, expansões, melhorias dos ativos, projetos e equipamentos de informática e outros investimentos. O CAPEX representa a variação do imobilizado, intangível, propriedades para investimento e depreciação. Os investimentos em ativos imobiliários para venda são demonstrados na conta de terrenos e imóveis a comercializar.

**CDI:** Certificado de Depósito Interbancário. Certificados emitidos pelos bancos para geração de liquidez. Sua taxa média de 1 (um) dia, anualizada, é utilizada como referência para as taxas de juros da economia brasileira.

**Cessão de direitos (CD):** Cessão de Direitos é o valor pago pelo lojista para ingressar no shopping center. O contrato de cessão de direitos, quando assinado, é contabilizado na conta de receita diferida e no contas a receber. A receita é reconhecida na conta de receita de cessão de direitos em parcelas lineares durante o prazo do contrato de locação. A receita apropriada é líquida de “luvas invertidas” ou outros incentivos oferecidos pela Companhia aos lojistas, e desde o 4T20, inclui taxas de transferência.

**Crescimento orgânico:** Crescimento da receita que não seja oriundo de aquisições, expansões e novos empreendimentos apurados no período em questão.

**Custo de ocupação:** É o custo de locação de uma loja como porcentagem das vendas. O custo de locação inclui o aluguel e outras despesas (despesas de condomínio e fundo de promoção). Inclui somente as lojas que reportam vendas.

**Debênture:** Instrumento de dívida emitido pelas companhias para captação de recursos. As debêntures da Multiplan são do tipo não conversíveis, significando que não podem ser convertidas em ações. Além disso, o titular da debênture não tem direito a voto.

**Despesas de projetos para locação:** Despesas pré-operacionais, atreladas a projetos greenfield, expansões de shopping centers e projetos de torres comerciais, contabilizadas como despesa na demonstração de resultados, conforme estabelecido no pronunciamento CPC 04 de 2009.

**Despesas de projetos para venda:** Despesas pré-operacionais, geradas nas operações de desenvolvimento imobiliário para venda, contabilizadas como despesa na demonstração de resultados, conforme pronunciamento CPC 04 de 2009.

**Dívida Líquida/EBITDA:** resultado da divisão da dívida líquida pelo EBITDA acumulado dos últimos doze meses. A dívida líquida é a soma de empréstimos e financiamentos, obrigações por aquisição de bens e debêntures, deduzidos de caixa, equivalentes de caixa e aplicações financeiras.

**EBITDA (Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization):** Lucro (prejuízo) líquido adicionado das despesas com IRPJ e CSLL, resultado financeiro, depreciação e acionistas minoritários. O EBITDA não possui uma definição única, podendo não ser comparável ao EBITDA utilizado por outras companhias.

**Efeito da linearidade (Apropriação de receita de aluguel linear):** Método contábil que tem como objetivo retirar a volatilidade e sazonalidade das receitas de locação. O reconhecimento contábil da receita de locação, incluindo o aluguel sazonal e reajustes contratuais quando aplicáveis, é baseado na linearização da receita durante o prazo do contrato independente do prazo de recebimento e de reajustes de inflação. O efeito da linearidade é a contabilização da receita de locação que precisa ser adicionada ou subtraída da mesma para resultar em uma contabilização linear.

## Glossário

**Efeito do reajuste do IGP-DI:** É a média do aumento mensal do IGP-DI. Este aumento mensal é composto pela ponderação da variação anual de IGP-DI com um mês de atraso e o percentual do aluguel reajustado em cada mês.

**Encargos comuns:** Soma das despesas de condomínio e contribuição do fundo de promoção.

**Lucro por Ação (na sigla em inglês EPS (Earnings per Share)):** Constitui-se da divisão entre o Lucro Líquido e o saldo entre o número total de ações da Companhia deduzido do número de ações mantidas em tesouraria.

**Equivalência patrimonial:** A contabilização do resultado da participação societária em empresas controladas é divulgado como equivalência patrimonial na demonstração do resultado da controladora, representando o lucro líquido atribuível aos acionistas da controlada.

**FFO (Fluxo de Caixa Operacional):** O FFO busca estimar o fluxo de caixa da empresa ao excluir efeitos não caixa do Lucro Líquido da empresa. O FFO é a soma do Lucro Líquido excluindo a linearidade, depreciação, imposto de renda e contribuição social diferidos.

**Greenfield:** Desenvolvimento de novos projetos de shopping centers, torres comerciais e projetos multiuso.

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

**IGP-DI (Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna):** Índice de inflação apurado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), com período de coleta do primeiro ao último dia do mês de referência e divulgação próxima ao dia 20 do mês posterior. Possui a mesma composição do IGP-M (Índice Geral de Preços do Mercado), diferenciando-se apenas o período de coleta.

**Inadimplência líquida:** Percentual não recebido do aluguel vencido no trimestre analisado, considerando o recebimento de períodos anteriores.

**IPCA (Índice de Preços ao Consumidor Amplo):** Calculado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, é o indicador nacional de inflação com período de coleta do primeiro ao último dia do mês de referência.

**IPO (Initial Public Offering):** Sigla em inglês para Oferta Pública Inicial de ações.

**Lojas âncora:** Grandes lojas conhecidas pelo público, com características estruturais e mercadológicas especiais, que funcionam como força de atração de consumidores. As lojas devem ter mais de 1.000 m<sup>2</sup> para serem consideradas âncoras.

**Lojas satélite:** Lojas até 1.000 m<sup>2</sup>, localizadas no entorno das lojas âncora e destinadas ao comércio em geral.

**Margem EBITDA:** EBITDA dividido pela Receita Líquida.

**Margem NOI:** NOI dividido pela receita de locação, linearidade e receita de estacionamento.

**Merchandising:** É todo tipo de locação em um shopping center não vinculada à ABL. Merchandising inclui receitas de quiosques, stands, cartazes, painéis eletrônicos, locação de espaços em pilares, áreas de estacionamento, portas e escadas rolantes, entre outros pontos de exposição em um shopping.

**Mix de lojistas:** Composição estratégica das lojas definida pelo administrador dos shoppings.

**Multiuso:** Estratégia baseada no desenvolvimento de empreendimentos residenciais, comerciais, corporativos entre outros em áreas próximas aos shopping centers.

**Perda de aluguel:** baixas geradas pela inadimplência de lojistas.

**Receita de estacionamento:** receita de estacionamento líquida dos valores repassados aos sócios da Multiplan nos shopping centers e aos condomínios.

**Resultado Operacional Líquido (na sigla em inglês NOI (Net Operating Income)):** Refere-se à soma do resultado das operações de locação (receita de locação, linearidade e despesas de propriedades) e o resultado das operações de estacionamento (receitas e despesas). Impostos não são considerados.

**Satelização:** Estratégia de locação na qual uma loja é segregada em mais de uma operação, buscando aprimorar o mix e aumentar eficiência.

**Taxa de administração:** Tarifa cobrada aos locatários e aos demais sócios do shopping para custear a administração do shopping.

**Taxa de ocupação:** ABL locada dividida pela ABL total.

**TJLP:** Taxa de Juros de Longo Prazo – custo usual de financiamento apurado pelo BNDES.

**TR:** Taxa Referencial (TR) é uma taxa de juros de referência utilizada principalmente na composição do cálculo de rendimentos da caderneta de poupança e de custos financeiros de operações como empréstimos do Sistema Financeiro da Habitação. É calculada pelo Banco Central do Brasil.

**Turnover (troca de lojas):** ABL dos shopping centers em operação locada no período, dividido pela ABL total de shopping centers em operação.

**Vacância:** ABL disponível para locação.

**Valor geral de vendas (VGV):** Somatório do valor de venda de todas as unidades de um determinado projeto imobiliário para venda.

**Venda nas mesmas lojas (na sigla em inglês, SSS (Same Store Sales)):** Variação nas vendas informadas das lojas que estavam em operação em ambos os períodos de comparação.

**Venda por m<sup>2</sup>:** O cálculo de vendas/m<sup>2</sup> considera apenas a ABL de lojas âncoras e satélites que reportam vendas, e exclui as vendas de quiosques, pois estas operações não estão incluídas na ABL total.

**Vendas:** Volume de vendas reportadas pelos lojistas em cada um dos shopping centers. Inclui as vendas realizadas em quiosques.